

Thèse présentée pour l'obtention du grade de
Docteur en études du tourisme de l'Université de Lausanne,
mention géosciences et environnement

Habiter touristique et agencement de l'espace urbain : le cas de Los Angeles.

**Recherche sur le concours des compétences des individus
quant à leurs manières de faire avec les épreuves spatiales
d'une métropole touristique.**

par Léopold LUCAS

Soutenue publiquement le 14 janvier 2014,
à l'Institut universitaire Kurt Bösch

JURY :

Prof. Stéphane NAHRATH, *Président* (Institut universitaire Kurt Bösch)
Prof. Mathis STOCK, *Directeur* (Institut universitaire Kurt Bösch)
Prof. René VERON, *Co-directeur* (Université de Lausanne)
Prof. Philippe DUHAMEL, *Expert* (IMIS – ESTHUA, Université d'Angers)
Prof. Cynthia GHORRA-GOBIN, *Expert* (IHEAL, Université Paris 3)
Prof. Michel LUSSAULT, *Expert* (Ecole Normale Supérieure, Université Lyon)

L'**Institut Universitaire Kurt Bösch (IUKB)** a été fondé à Sion en 1989. Il est reconnu par la Confédération en qualité d'Institut universitaire depuis 1992, conformément à la Loi fédérale sur l'aide aux universités et la coopération dans le domaine des hautes écoles. L'IUKB est membre associé de la Conférence universitaire de suisse occidentale (CUSO).

L'IUKB a pour mission de développer des activités d'enseignement et de recherche dans la perspective originale et innovante de l'Inter- et transdisciplinarité. Il se concentre sur deux thématiques : les Droits de l'enfant et les Études en Tourisme. L'importance, l'originalité et l'actualité de ces deux champs d'enseignement et de recherche sont clairement reconnues, aussi bien dans le monde académique et scientifique, que dans les différentes sphères sociales, politiques et économiques.

IMPRIMATUR

Vu le rapport présenté par le jury d'examen, composé de

Président de la séance publique :	M. le Professeur Stéphane Nahrath
Directeur de thèse :	M. le Professeur Mathis Stock
Co-directeur de thèse :	M. le Professeur René Véron
Expert-e-s :	M. le Professeur Philippe Duhamel
	Mme la Professeure Cynthia Ghorra-Gobin
	M. le Professeur Michel Lussault

Le Doyen de la Faculté des géosciences et de l'environnement et le Directeur de l'Institut universitaire Kurt Bösch autorisent l'impression de la thèse de

Monsieur Léopold Lucas

Titulaire d'un Master de géographie de l'Université de Paris VII – Denis Diderot

intitulée

**Habiter touristique et agencement de l'espace urbain :
le cas de Los Angeles.**

Sion, le 14 janvier 2014

Le Doyen de la Faculté des géosciences et
de l'environnement



Professeur François Bussy

Le Directeur de l'Institut universitaire Kurt
Bösch (IUKB)



Professeur Philip D. Jaffé

« Car cet écrivain, qui d'ailleurs pour chaque caractère en ferait apparaître les faces opposées pour montrer son volume, devrait préparer son livre minutieusement avec de perpétuels regroupements de forces, comme une offensive, le supporter comme une fatigue, l'accepter comme une règle, le construire comme une église, le suivre comme un régime, le vaincre comme un obstacle, le conquérir comme une amitié, le suralimenter comme un enfant, le créer comme un monde sans laisser de côté ces mystères qui n'ont probablement leur explication que dans d'autres mondes et dont le pressentiment est ce qui nous émeut le plus dans la vie et dans l'art. Et de ces grands livres-là, il y a des parties qui n'ont eu le temps que d'être esquissées et qui ne seront sans doute jamais finies, à cause de l'ampleur même du plan de l'architecte. Combien de grandes cathédrales restent inachevées ! »

Le Temps retrouvé

Marcel Proust, 1990, p.1032

Remerciements

Meinen besten Dank an Prof. Mathis Stock, mein *Doktorvater*. Cela a été un réel plaisir et une fierté de réaliser ce travail sous sa direction. Toujours disponible et intéressé par ce projet depuis le début, il a amplement contribué à cette enquête par ses nombreuses idées, ses réactions et son exigence. Je le remercie sincèrement de m'avoir accordé sa confiance et d'avoir su mobiliser les nombreuses compétences nécessaires pour mener à bien une direction sous laquelle j'ai beaucoup appris.

A very great Thanks au professeur René Véron, qui a immédiatement accepté de participer à cette aventure comme co-directeur « à distance ». Cette collaboration a été une rencontre agréable et très utile pour moi, ses interventions étant toujours efficaces et structurantes. Celles des membres du jury, les professeurs Philippe Duhamel, Cynthia Ghorra-Gobin et Michel Lussault, l'ont été tout autant : au cours de la pré-soutenance et du colloque de thèse, mais aussi indirectement, par leurs travaux respectifs qui ont été une grande source d'inspiration. J'apprécie pleinement de les avoir tous les quatre comme évaluateurs. C'est également un véritable plaisir d'avoir comme président du Jury le professeur Stéphane Nahrath, responsable de l'UER Tourisme et Vice-directeur de l'IUKB.

Mon urbanité la plus chaleureuse et la plus intense est consacrée à mes autres collègues de la *start up* académique qu'est l'UER Tourisme : Andreea Antonescu, Christian Bréthaut, Christophe Clivaz, Patrick Csikos, Anne-Sophie Fioretto, Tristan Loloum, Johann Roy, Olivia Sandri, Géraldine Sauthier, Céline Travési, et François-Xavier Viallon. Pour les nombreuses discussions que nous avons pu avoir lors des séances du Centre de Recherche Interdisciplinaire en Tourisme (CRIT) bien entendu, mais avant tout par leur présence qui a grandement contribué à façonner un environnement de travail dynamique et rendu le fait d'aller au bureau, devenu progressivement une véritable résidence secondaire (si ce n'est la principale), toujours agréable. Je n'oublie pas, comme représentants des collaborateurs administratifs, Christine Eden et François Pélissier pour leur enthousiasme sans faille et leurs apports toujours indispensables. Ce passage à l'Institut restera comme une expérience humaine et professionnelle extrêmement enrichissante et entièrement positive.

Je tiens également à assurer de mes salutations les plus sympathiques mes collègues du hors-quotidien, et notamment Laurent Beauguitte, Amandine Chapuis, Jean Estebanez, Emmanuelle Peyvel, Isabelle Schoepfer, Gwendal Simon, Benjamin Taunay, ainsi que l'ensemble des participants (professeurs et doctorants) de l'école doctorale de géographie de la CUSO, dont les rencontres ont nourri ma réflexion à de nombreuses reprises.

J'ai une pensée redevable pour les touristes qui ont accepté de m'accorder un entretien – cette enquête n'aurait tout simplement pas été possible sous ce format sans eux – ainsi qu'à Joseph et Veronica pour leurs apports, pas seulement logistique, à Los Angeles.

Je remercie enfin mes bienveillants amis – dont Eliès, Coraline, Tristan, Elham, Christian, Camille – et ma famille – tout spécifiquement mes grands-parents, Elise et Léandre – sans la présence et le soutien moral de qui il aurait été autrement plus compliqué de mener à bien ce projet. Cela aurait été presque impensable sans ceux à qui je réserve pour finir mes plus affectueux remerciements, mes parents, Christine et Maxime, pour leur dévouement de toujours, permanent, direct et inconditionnel.

Résumé

Vivre, c'est passer d'un espace à un autre en essayant le plus possible de ne pas se cogner déclamait George Pérec. Cet énoncé poétiquement géographique pourrait résumer d'une certaine façon le défi de connaissance saisi par cette recherche. L'enjeu consiste effectivement à envisager le fait d'*habiter*, entendu dans son acception du « faire avec de l'espace » de la part des individus, comme n'allant pas de soi, de mettre en exergue le caractère problématique que constitue la pratique d'un lieu pour un individu. A ce titre, l'une des propositions de ce travail est de considérer tout lieu comme un assemblage d'*épreuves spatiales* face auxquelles les individus sont confrontés. La question se pose alors de savoir comment les individus font avec ces épreuves spatiales. L'hypothèse défendue dans ce travail est celle de la mobilisation, par ces derniers, de *compétences* – ressortissant d'une « capacité à » telle qu'exprimée par Wittgenstein dans le domaine linguistique, c'est-à-dire d'une « maîtrise technique » – et d'un *capital spatial* – que l'on peut faire synthétiquement correspondre à l'expérience accumulée par un individu en terme de pratique de lieux. L'argumentation étaye l'hypothèse que les manières d'habiter touristiquement une métropole dépendent notamment de ces deux éléments interdépendants dont dispose tout individu de façon variable et évolutive ; leur importance, sans déterminer aucunement des pratiques spécifiques, participe d'une maîtrise accrue de l'espace, d'une facilité pour faire avec les épreuves spatiales, atténuant le caractère potentiellement contraignant de ces dernières. Il s'agit donc d'une enquête menant une réflexion tout à la fois sur la dimension actorielle des individus, mais également sur le lieu en tant qu'espace habité : travailler sur cette question revient à investir la question de l'agencement urbain d'un lieu, c'est-à-dire d'appréhender la façon dont une configuration urbaine (les épreuves spatiales coïncidant avec les principales caractéristiques de cette dernière) est habitée, et plus particulièrement en l'occurrence ici, est habitée touristiquement. Pour aborder empiriquement cette problématique, l'enquête se focalise donc sur les touristes : d'une part pour leur faible degré de familiarité avec le lieu pratiqué (faire avec cet espace ne relève donc pas d'une routine) et d'autre part parce que leur présence dorénavant massive au sein des métropoles a des effets sur l'agencement de ces lieux qu'il est nécessaire d'envisager. Le laboratoire utilisé est celui de Los Angeles, cette aire urbaine de 18 millions de résidents : son étalement considérable, l'absence d'un centre-ville historiquement important, et la forte prégnance de sa métrique automobile étant des caractéristiques qui font de ce lieu un « exceptionnel normal » aux épreuves spatiales particulièrement proéminentes. La recherche avance à ce titre des arguments permettant d'en souligner un agencement, par les manières d'habiter des touristes, différencié du modèle classique de la métropole touristique : pour exprimer cette singularité, l'enquête étaye l'hypothèse consistant à qualifier ce lieu de *métropole touristique*.

Mots-clés :

Habiter – compétences – capital spatial – urbanité – épreuves spatiales – métropole touristique – Los Angeles

Abstract

Tourist dwelling and urban spacing: the case of Los Angeles

Living is moving from one space to another while trying not to collide claimed George Pérec. This poetically geographic statement could in a way sum up the challenge seized by this research. The challenge is indeed to consider the fact of *dwelling*, in the sense of “make do with space” on the part of individuals, as not an evidence but highlighting the problematic characteristics of the practice of a place by people. Accordingly, one of the proposals of this work is to consider each place as a gathering of *spatial stakes* against which individuals are faced. The question then arises how are individuals facing these spatial stakes. The hypothesis debated in this work is that of the mobilization of *skills* such as “the ability of” as expressed by Wittgenstein in the linguistic field, i.e. a “technical mastery” - and a *spatial capital* - that can synthetically correspond to the experience accumulated by one single individual in terms of practice of places. Argument supports the hypothesis that the ways of touristically dwelling a metropolis depend on these two interdependent elements which everyone deal with in a variable and scalable manner; their importance, without determining any specific practices, participates in an increased proficiency of space, easing to make do with the space stakes, moderating the potentially binding character of the latter. It is therefore a survey leading a reflection both on the actorial dimension of individuals, but also on the place as a living space: working on this issue is exploring the question of the urban layout of a place, i.e. to understand how an urban configuration (the space stakes coinciding with the main features of the latter) is inhabited, and in particular in the present case, is touristically dwelled. To empirically address this issue, the inquiry therefore focuses on tourists: on the one hand for their low degree of familiarity with the place (make do with this space is therefore not a routine) and secondly because their now massive presence within the metropolis has effects on the layout of these places that is necessary to consider. The laboratory used is that of Los Angeles, this urban area of 18 million residents: its considerable spread, the absence of an historically important downtown, and high salience of “automobile metric” are features that make this place a “normal exceptional” with particularly prominent space stakes. Hence, research advances the arguments underlining the layout, by the ways of tourists dwelling different from the classical model of the metropolis: to express this uniqueness, the survey supports hypothesis to describe this place as a *tourist metapolis*.

Keywords:

Dwelling - skills - spatial capital - urbanity - space stakes - tourist metapolis - Los Angeles

Sommaire

<i>Introduction générale</i>	11
<i>Chapitre 1. Les métropoles à l'aune du touristique : un état de la question.</i>	23
1.1. Les métropoles, des lieux touristiques majeurs	25
<u>1.1.1. Quelle touristicité pour les métropoles ?</u>	25
<u>1.1.2. L'inégale touristicité des métropoles à travers le Monde</u>	28
<u>1.1.3. Conclusion</u>	32
1.2. Les effets de la mise en tourisme sur l'urbanité des métropoles	33
<u>1.2.1. Les métropoles, des lieux anciennement mis en tourisme</u>	33
<u>1.2.2. La permanence des logiques touristiques métropolitaines</u>	35
<u>1.2.3. L'urbanisation touristique des espaces métropolitains</u>	37
<u>1.2.4. Le « recreational turn » des métropoles</u>	40
1.3. La « métropole touristique », un lieu aux pratiques diversifiées	43
<u>1.3.1. La métropole, une « grande ville » touristique ?</u>	43
<u>1.3.2. La métropole, un lieu au fonctionnement touristique spécifique</u>	46
<u>1.3.3. Conclusion</u>	51
1.4. Conclusion.....	52
<i>Chapitre 2. « habiter » et « urbanité ». Deux concepts pour saisir la pratique des métropoles par les touristes</i>	55
2.1. Habiter, la spatialité des individus.....	56
<u>2.1.1. Une réflexion à partir des pratiques des individus</u>	56
<u>2.1.2. Habiter, la condition spatiale de l'humain</u>	60
<u>2.1.3. Habiter, comme faire avec des épreuves spatiales</u>	62
<u>2.1.4. Conclusion</u>	67
2.2. L'urbanité, un agencement de l'espace	68
<u>2.2.1. Les indicateurs fondamentaux de l'urbanité</u>	68
<u>2.2.2. Les modèles métropolitains : une approche synthétique de l'urbanité</u>	72
<u>2.2.3. L'urbanité, un agencement d'épreuves spatiales</u>	77
<u>2.2.4. Conclusion</u>	86
2.3. Conclusion et hypothèses de travail	87
<i>Chapitre 3. Los Angeles, un simple « non » de ville ?</i>	91
3.1. Los Angeles, un modèle d'urbanité ?.....	92
<u>3.1.1. Los Angeles : the cultural economy of a Global City</u>	93
<u>3.1.2. Los Angeles, The Fragmented Metropolis</u>	98
<u>3.1.3. Los Angeles, a drive-in way of life</u>	109
<u>3.1.4. Conclusion</u>	118
3.2. Repenser touristiquement Los Angeles.....	119
<u>3.2.1. L'ampleur de la dimension touristique à Los Angeles</u>	120
<u>3.2.2. Les nodalités touristiques de Los Angeles</u>	123
<u>3.2.3. La mise en tourisme de Los Angeles</u>	127
<u>3.2.4. Los Angeles ou l'hypothèse de la métropole touristique</u>	132
<u>3.2.5. Conclusion</u>	134
3.3 Conclusion.....	135

<i>Chapitre 4. Protocole de recherche pour travailler sur les manières d'habiter touristiquement une métropole.....</i>	137
4.1. Les prescripteurs de pratiques	138
4.1.1. Les promoteurs touristiques.....	138
4.1.2. Les guides imprimés	141
4.2. Les traces énoncées : les discours sur les manières de faire	142
4.2.1. L'entretien : faire se justifier les touristes	142
4.2.2. Les commentaires sur <i>Tripadvisor</i>	152
4.2.3. Restitution et analyse.....	155
4.3. Les traces observées.....	156
4.3.1. Objectifs des observations	156
4.3.2. Réalisation et restitution des observations	157
4.4. Conclusion.....	158
<i>Chapitre 5. Parcourir touristiquement Los Angeles.....</i>	163
5.1. Les parcours suggérés par les guides touristiques.....	164
5.1.1. Le différentiel de touristicité des quartiers.....	164
5.1.2. La hiérarchie touristique des lieux.....	166
5.1.3. Les itinéraires conseillés.....	168
5.2. Les parcours effectifs des touristes à Los Angeles	172
5.2.1. Le « non cheminement ».....	173
5.2.2. Les « excursions quotidiennes ».....	176
5.2.3. Des itinéraires « développés »	181
5.3. Conclusion.....	189
<i>Chapitre 6. Les délimitations spatiales de deux lieux touristiques.....</i>	193
6.1. Hollywood, un théâtre de boulevard.....	195
6.1.1. Les délimitations des opérateurs touristiques.....	196
6.1.2. « A frame of walk ».....	202
6.1.3. Conclusion	210
6.2. Ocean Front Walk.....	212
6.2.1. Les découpages effectués par les opérateurs	213
6.2.2. Les délimitations spatiales du point de vue des touristes.....	220
6.2.3. Conclusion	232
6.3. Conclusion.....	233
<i>Chapitre 7. Un exemple de placement touristique à Los Angeles : l'hébergement, entre centralité et proximité. 237</i>	
7.1. Les hôtels à Los Angeles : offre et prescriptions.....	239
7.1.1. La répartition des hôtels à Los Angeles.....	239
7.1.2. L'importance du placement pour les guides	241
7.1.3. Conclusion	244
7.2. Les stratégies de placement des touristes.....	245
7.2.1. Se placer à proximité, « à distance de marche ».....	245
7.2.2. La centralité relative du placement.....	249
7.2.3. Les emplacements considérés comme périphériques.....	252
7.3. Conclusion.....	254

<i>Chapitre 8. Les métriques pour habiter touristiquement Los Angeles</i>	257
8.1. Les prescriptions de métriques par les guides	258
8.2. Les métriques de l'habiter touristique.....	265
<u>8.2.1. La métrique automobile : une évidence qui ne va pas de soi</u>	265
<u>8.2.2. Les métro-métriques</u>	274
8.3. Conclusion.....	279
<i>Chapitre 9. Compétences et épreuves spatiales au prisme des bus touristiques.</i>	283
9.1. Les épreuves communes aux circuits	284
<u>9.1.1. Une question de placement</u>	284
<u>9.1.2. Un parcours qui délimite l'espace touristique.</u>	286
<u>9.1.3. Conclusion</u>	287
9.2. Le bus touristique, la possibilité d'une autre métrique.....	288
<u>9.2.1. Un dispositif pour éviter de conduire</u>	289
<u>9.2.2. Un dispositif pour une visite express</u>	290
<u>9.2.3. Conclusion</u>	292
9.3. Le van touristique : c'est « plus pratique »	293
<u>9.3.1. Une pratique touristique imprévue.</u>	293
<u>9.3.2. Une technologie utilisée pour palier un déficit de compétences</u>	299
<u>9.3.3. Conclusion</u>	304
9.4. Conclusion.....	304
<i>Conclusion générale</i>	307
<i>Bibliographie</i>	319
<i>Annexes</i>	333
Notices descriptives des touristes.....	334
Carnet photographique	347
<i>Table des Illustrations</i>	381
<i>Index des tableaux</i>	383
<i>Table des photographies</i>	384

Introduction générale

Le tourisme est un phénomène sociétal global¹. Le système touristique concerne en effet potentiellement tous les lieux et toutes les personnes à l'échelle planétaire : ce n'est plus une activité annexe, mineure, concernant des « lieux autres », mais une porte d'entrée cruciale pour nous renseigner sur les sociétés contemporaines.

Si l'on se focalise sans attendre sur ses implications géographiques, il est possible de poser comme préambule à toute discussion l'assertion que l'invention du tourisme a eu deux conséquences majeures : la création de nouveaux lieux urbains et la reconversion des métropoles. C'est en ce sens que l'on peut véritablement évoquer une « double révolution urbaine du tourisme » (Stock et Lucas, 2012). En effet, le système touristique a tout d'abord été à l'origine de la création, partout à travers le monde (Mit, 2011) d'un nombre considérable de stations touristiques qu'il convient de considérer comme un nouveau type de lieu urbain : historiquement, la venue des touristes a nécessité un développement considérable du cadre bâti (notamment à travers la construction d'hôtels monumentaux), des services urbains et des infrastructures pour des espaces jusqu'alors pas ou très peu occupés (Mit, 2002 ; Duhamel, 2003 ; Vincent, 2006). Cette urbanisation, dans sa dimension matérielle, participe pleinement de la constitution d'un espace public, l'objectif de ces aménagements étant de rendre habitable ces lieux pour les touristes, des citoyens aristocrates habitués à un certain confort. Les pratiques effectuées par les touristes au XIXe siècle sont en effet elles aussi en décalage total avec celles en vigueur dans les lieux concernés, selon des temporalités, des normes et des codes radicalement différents (Chadefaud, 1988) : la mise en tourisme participe également d'une urbanisation des mœurs, de l'instauration de l'urbanité sous son aspect immatériel. Il y a bien eu de ce point de vue une diffusion et un transfert des éléments de l'urbanité des métropoles qui ont ensuite été réassemblés différemment, recomposés, pour forger une urbanité exprimée selon des proportions et des modalités nouvelles.

De façon plus contemporaine, et à un autre niveau, la dimension touristique est à l'origine de la transformation radicale qui traverse actuellement les lieux que sont les villes : tour à tour insalubres, austères, industrielles, répulsives, au fil des époques, ces dernières, et à plus forte raison les métropoles, perdent progressivement – avec l'avènement de la « civilisation du loisir » (Dumazedier, 1972) – leur caractère strictement « fonctionnel » pour devenir de véritables lieux de divertissement au sein desquels les considérations esthétiques notamment deviennent fondamentales, le développement urbain s'appuyant sur une attention particulière à l'embellissement des aménagements et une mise en scène soignée de l'espace public : c'est ce qu'exprime l'hypothèse du *recreational turn* (Stock, 2007). La valorisation touristique est au

¹ Cette formulation permet de ne pas trahir l'expression consacrée de Marcel Mauss « fait social total » dont la formulation même tendrait d'autre part à restreindre l'argumentation sur la seule dimension sociale tout en renvoyant à celle de « genre commun » spécifiquement proposée par Michel Lussault (2007) pour qualifier l'importance du tourisme au coeur des sociétés contemporaines.

fondement des transformations urbaines : il s'agit là d'un bouleversement complet, radical. De ce point de vue, la dimension touristique participe de changer la « substantifique moelle » des métropoles, leur urbanité.

Le tourisme « fabrique » donc bien de l'urbanité (Coeffé, 2010), et si de nombreux travaux ont montré l'importance de la dimension touristique pour les espaces contemporains et envisagé ces deux dynamiques pour différents types de lieux (Mit, 2005), très peu les ont véritablement envisagé en terme de modification de la « qualité du lieu », défini comme étant ce qui fait le lieu « par rapport à un usage, une stratégie donnée » (Brunet, 1993, p. 409) et correspondant ainsi à une interprétation des lieux par rapport à une intentionnalité donnée (Stock, 2006). Or, c'est fondamentalement la mise en place d'un nouveau rapport à l'espace des individus qui est en jeu dans les dynamiques rapidement évoquées à l'instant. La mise en tourisme correspond à la présence au sein des villes d'un public différent, qui envisage le lieu d'une autre manière. Le système touristique repose en effet avant tout sur un mode d'engagement aux lieux particulier, une façon d'habiter autrement le monde (Duhamel, 2003), dont la première et la plus visible des manifestations correspond au développement d'un regard spécifique – le *Tourist Gaze* (Urry, 1990). Les métropoles n'échappent pas à cet investissement et l'on peut raisonner sur la progressive instauration d'une manière d'« habiter touristiquement la ville », cette formule impliquant de considérer que les résidents – longtemps confondus avec les habitants – ne sont pas les seuls à habiter la ville (Stock, 2007, op. cit.) : *habiter* est alors entendu dans une acception large, pour exprimer le « faire avec l'espace » des individus (Stock, 2012). Cette perspective mettant au centre de la réflexion l'individu ne doit pas être envisagée en opposition à une analyse portant sur la société, mais bien au contraire comme ressortissant d'une investigation sur la « société des individus » dont parle Norbert Elias (1991). En effet, les pratiques et les manières d'habiter des individus s'inscrivent dans un faisceau de règles et de normes qui interviennent sur elles et les informent. Ensuite, habiter, c'est en réalité toujours co-habiter : pour un individu, exister géographiquement, faire avec l'espace, c'est faire avec les dispositions matérielles mais également avec les agencements spatiaux mis en place par les autres individus, c'est faire avec un espace habité simultanément par d'autres individus, donc faire avec ces derniers également : habiter, c'est « mettre l'espace en commun » (Fort-Jacques, 2007).

Un aspect important de cette perspective est toutefois encore insuffisamment pris en compte : faire avec de l'espace, habiter, ne va pas de soi, n'est pas évident. La question ne se posait pas vraiment quand les sociétés fonctionnaient principalement sur un mode sédentaire, où la très grande majorité des individus ne pratiquaient qu'un seul lieu au cours de leur vie. Le basculement vers une société à individus mobiles (Stock, 2005) a provoqué une rupture considérable. Jusqu'alors dénigrée, la mobilité a été considérée comme un aspect valorisant, au point que c'est le fait de ne pas se déplacer qui est aujourd'hui un critère de distinction sociale : « nous sommes passés d'un contexte dans lequel la stabilité constituait une norme, mise en cause, subvertie ou simplement assouplie par divers phénomènes de mobilité à un autre univers, dans lequel c'est la mobilité qui devient une norme à laquelle on se préoccupe de donner des limites » (Rémy, 1996, p.40 cité in Stock, 2006). Les individus sont devenus « géographiquement pluriels », poly-topiques (ibid.), une part croissante des personnes étant régulièrement confrontés à une multitude de lieux différents, plus ou moins familiers. Or, cela ne va pas de soi, et on peut s'interroger sur les « conditions de possibilité » de ce nouveau régime d'habiter (Stock, 2004) : « comment » les

individus parviennent-ils à gérer cette situation ? On peut en effet s'étonner que les individus soient capables de pratiquer autant de lieux, de passer d'un espace à un autre, de gérer l'altérité contenue. D'une façon plus large, cela nécessite de prendre la pleine mesure du fait que les individus ne sont pas tous égaux devant l'espace. Chacun fait quotidiennement l'expérience et le constat, de façon très intuitive et dans le registre du sens commun (au-delà de la question des handicaps) de cet aspect : les personnes ont plus ou moins le sens de l'orientation, se sentent rapidement à l'aise dans un nouveau lieu, etc. Ces gestes, les actions spatiales réalisées par les individus, a priori anodines, banales, ne sont pas évidentes : l'espace est un problème pour les individus. Tout le monde n'est pas « capable », au même niveau, de faire avec de l'espace. Le cœur du problème est qu'il s'agit d'une question de compétences (Lussault, 2007) qui ressortirait d'une « capacité à » (comme l'avance Wittgenstein (1961) dans le domaine de la linguistique) des individus. Cette proposition forte, n'a été pour l'instant que trop rapidement esquissée : l'objectif de cette enquête est de la développer et de l'exploiter de façon accrue. Ce travail repose en effet sur une double ambition dont les tenants sont imbriqués : comprendre plus finement le rôle des pratiques touristiques dans l'agencement urbain d'une métropole mais également avoir une meilleure connaissance des compétences mobilisées par les individus pour faire l'espace métropolitain. La question suivante permet de problématiser synthétiquement la perspective envisagée : comment les touristes font-ils avec l'espace à Los Angeles ?

C'est par cette interrogation, véritable fil directeur de l'enquête réalisée au cours de ces cinq dernières années, que l'on peut reformuler, d'une façon à la fois plus simple et plus problématisée, le titre de cette recherche. Devenant régulière pour une proportion toujours plus importante de la population mondiale, la pratique touristique tendrait à relever d'une certaine forme d'évidence. Or, il convient, comme nous venons de l'avancer, de considérer le fait qu'un individu se déplace, pour se recréer, dans un lieu qui ne fait pas partie de son quotidien, comme n'allant pas de soi. On peut en effet faire l'hypothèse que ce déplacement ne va pas sans certaines difficultés, et exige d'un individu qu'il ait certaines compétences et qu'il sache mobiliser des techniques et des outils. Savoir *quelles sont les facultés permettant aux individus d'habiter un lieu qui ne leur est pas familier* est donc le problème se trouvant plus largement au cœur de cette recherche.

Le tourisme est un phénomène dorénavant majeur pour les métropoles. Cet aspect sera souligné dans l'« état de la question » que nous réaliserons, sur cette thématique qu'est la dimension touristique des métropoles, au cours du **chapitre 1**. Cela nous permettra de disposer de certaines indications quant à l'ampleur du phénomène, de faire un point sur l'état des connaissances, d'indiquer les principales perspectives de travail utilisées pour en dégager les apports et les limites. Le principal constat qui y sera avancé admet que si certains axes de recherche sont particulièrement bien approfondis, celui concernant les pratiques des touristes reste encore peu développé. Or, il s'agit des principaux protagonistes du système touristique : comprendre le plus finement possible ce qu'ils font est un impératif catégorique, et ce travail a comme ambition de contribuer à développer les réflexions sur ce problème.

Pour cela, l'enquête repose – nous expliciterons en détail le cadre conceptuel utilisé pour investir cette problématique au cours du **chapitre 2** – sur l'acception audacieuse du concept *habiter* comme traduisant le « faire avec de l'espace » (Stock, 2012) des individus. La formulation « faire avec » est particulièrement riche à développer dans la mesure où elle suggère

que les individus ne sont ni « dans » ni « sur » l'espace, mais qu'ils composent avec une configuration spatiale déjà en place, qu'ils font avec (dans le double sens possible que recèle cette expression, celle d'une adaptation des pratiques à la situation, tout autant que celle d'une co-construction de l'espace par les pratiques). Il convient d'avancer une précision importante et de souligner que le principal problème ici est moins de savoir où vont les touristes et ce qu'ils font, aspect que l'on peut envisager de nombreuses façons et que nous aborderons tout de même au cours des différents chapitres, mais plus exactement leurs *manières* de faire avec de l'espace, c'est-à-dire les modalités de réalisation des pratiques, afin d'en saisir la diversité et les subtiles nuances. Si l'on peut partir du principe que les touristes pratiquent les mêmes lieux, on peut toutefois faire l'hypothèse qu'ils ne le font pas de la même manière, et qu'ils n'accordent par le même sens à leurs pratiques : c'est cet aspect qu'il convient d'apprécier minutieusement. Par rapport à cette grande orientation théorique, nous faisons un pas supplémentaire en proposant plus précisément que tout individu doit faire avec un certain nombre de ce qu'on peut nommer *épreuves spatiales*. Pour cela, les individus mobilisent des *compétences* – cognitives (savoir), comportementales (savoir-être) et techniques (savoir-faire) (Lussault et Stock, 2009) –, en tant qu'elles sont mobilisées au sein d'un *capital spatial* (Lévy, 2003). Cette perspective théorique met ainsi l'accent sur le fait que l'espace pose problème aux individus : de ce point de vue, toute configuration urbaine est un enchevêtrement d'épreuves. De ce cadre conceptuel découle l'hypothèse principale sur laquelle se fonde ce travail : la manière d'habiter touristiquement – donc de gérer les différentes épreuves spatiales de la part des touristes – varie en fonction du niveau de compétences des individus.

Cette perspective semble d'autant plus importante si l'on se focalise sur les très grandes agglomérations. On peut en effet postuler que l'ampleur des épreuves spatiales n'est pas la même pour un village que pour une métropole de 18 millions d'habitants comme Los Angeles. C'est le lieu choisi pour investir empiriquement cette problématique. Issue d'un projet utopique qui devait proposer un cadre de vie fondé sur « la nature en ville » (Ghorra-Gobin, 1997), cette métropole fait aujourd'hui encore l'objet d'une fascination certaine : tout le Monde connaît Los Angeles. C'est toujours le lieu du rêve américain, la ville de tous les possibles, où l'on peut côtoyer les stars du cinéma, peut-être même en devenir une. Car cet imaginaire qui lui est traditionnellement associé a été progressivement construit, mis en scène et véhiculé à l'échelle mondiale par l'économie cinématographique, dont Los Angeles est la laborieuse ouvrière tout autant que la première des célébrités sous son pseudonyme *hollywoodien*. En effet, plus que lieu de production et de localisation des sièges des *Majors* (Scott, 2005), c'est en tant que décor de très nombreux tournages (de films, de séries et autres clips musicaux), que la dimension cinématographique est inextricablement associée à cette métropole : des images plus ou moins explicitement identifiées de son espace urbain – son étalement à perte de vue, sa forêt de palmiers, ses interminables freeways, ses larges plages et leurs utilisateurs (surfeurs et bodybuilders), son soleil méditerranéen – sont constamment diffusées pour en faire un paysage familier pour la société mondiale. La présence de cette activité est d'ailleurs visible quotidiennement au sein de l'espace public : elle imprègne la société « locale » et les aménagements urbains. Peut par exemple ainsi en témoigner la récente controverse autour d'une piste cyclable sur *Spring Street*, une des rues de Downtown les plus utilisées par les productions audiovisuelles (elle correspondrait à une rue typique d'un centre ville américain). Les représentants de l'industrie cinématographique se plaignent de sa couleur verte, qui imposerait d'importantes retouches post-production si ce n'est le déplacement du lieu de tournage. D'un

autre côté, on pourrait affirmer que Los Angeles n'est pas une métropole facile, évidente. Lieu d'immigration, cette agglomération cosmopolite où toutes les communautés se juxtaposent sans réellement se rencontrer – chacun restant dans son enclave, qu'elle soit choisie (*gated communities*), ou subie (*ghettos*) – a la réputation d'être une ville violente, où a pu régner la corruption, les gangs et une police aux méthodes énergiques, au point que les tenants d'une géographie radicale, « critique », évoquait une « écologie de la peur » pour cette « ville du désastre » (Davis, 1998).

Lieu emblématique pour la société civile, Los Angeles est également un lieu paradigmatique de la géographie urbaine, qui a voulu en dégager ses particularités, en la qualifiant à travers de nombreux néologismes dont le plus remarquable est celui de *Postmetropolis* (Soja, 2000). Si un nombre important de productions scientifiques ont appréhendé cet espace, seuls quelques articles se sont, rapidement, penchés sur sa dimension touristique. Un autre apport de cette recherche consiste donc à appréhender Los Angeles sous un autre angle que celui habituellement envisagé par l'importante littérature produit sur ce lieu, pour notamment en interroger sa spécificité supposée : Los Angeles est-elle une ville si originale que cela a pu être avancé, si on la considère à partir de sa dimension touristique ? Cette question fait justement l'objet d'une des hypothèses fortes soutenues par ce travail, défendant l'idée que Los Angeles s'est constituée à l'origine par et pour la sphère de la récréation. Cette situation en ferait alors un cas particulier par rapport au « modèle classique » de la ville touristique (Duhamel, 2007) que nous aurons eu l'occasion de présenter. Cette singularité, du point de vue de sa mise en tourisme et de l'implication de cette dynamique dans le développement urbain (donc historiquement) se retrouverait également dans le fonctionnement touristique actuel de ce lieu (qui reçoit près de 25 millions de visiteurs chaque année), dans la manière dont les touristes habitent cet espace.

L'autre particularité de Los Angeles serait en effet l'« incompatibilité » de sa configuration spatiale, par rapport à deux postulats qu'il est possible d'établir quant aux pratiques touristiques du modèle classique de la métropole : les touristes visitent traditionnellement le centre-ville (Knafo, 2007) et utilisent principalement les métriques pédestres. En effet, on peut d'ores et déjà avancer deux caractéristiques, que l'on accordera pour l'instant *a priori* à Los Angeles (le **Chapitre 3** permettra d'avoir une description développée du lieu), dont la spécificité contribue à justifier le choix de ce lieu pour l'investigation empirique. Tout d'abord, il s'agirait d'une configuration spatiale non seulement définie par un étalement urbain considérable, mais plus encore par le fait de ne pas s'articuler historiquement autour d'une centralité unique et prééminente. S'il y a bien un Downtown, il serait d'une part très récent dans sa configuration actuelle, et se limiterait d'autre part à la dimension financière, en tant que Central Business District. Une grande partie des gratte-ciel accueillant les sièges de grandes banques américaines (contribuant à renforcer le rôle de Los Angeles comme plateforme vers la zone pacifique) ont été construits à partir de 1980 dans une logique correspondant au *spatial fix* (Harvey, 2001), les infrastructures permettant de matérialiser un surplus de capital économique tout en augmentant la valorisation du foncier. C'est donc avant tout d'un point de vue symbolique – une ville mondiale se devant de disposer de telles infrastructures – que Downtown Los Angeles constitue un centre (Monnet, 2000). Cet investissement de ce lieu s'effectue cependant également à travers la mise en place d'équipements récréatifs dont le *Walt Disney Concert Hall*, salle de concert (inaugurée en 2003) conçue par Frank Gehry et répondant (toute proportion gardée – à la fois sur la situation initiale et sur le succès du lieu) en écho au musée de Bilbao du même architecte,

en est la plus remarquable illustration. Cette installation participe pleinement de la requalification de ce quartier de Los Angeles, de sa reconversion voire même plus essentiellement de son avènement. Il s'agit là qui plus est d'une dynamique qui se poursuit, comme en témoignent la construction, juste en face, d'un musée – *The Broad* – de niveau international à l'écrin tout aussi futuriste, la mise en place à proximité de ces infrastructures, en contrebas de la mairie, d'un nouveau parc public, et la volonté de créer un stade de football américain à côté du *Staples Center*, dans la partie sud de Downtown, au cœur du très récent (depuis 2007) complexe de divertissement appelé « L.A. Live », où sont concentrés infrastructures sportives, salles de spectacles et hôtels haut de gamme. Toute la question est donc de savoir si ce *retour du centre* – qui consiste en la nouvelle valorisation de ce lieu en tant qu'il correspond à une configuration spatiale particulière – est accompagné d'un *retour au centre*, cette fois-ci en considérant ce lieu en tant qu'espace habité. Il s'agit donc de savoir si les individus, les résidents, comme les habitants temporaires et notamment les touristes – reviennent pratiquer ce lieu longtemps abandonné, valider et donner du sens à ces changements infrastructurels. On assiste en tout cas foncièrement semble-t-il à une urbanisation du lieu à travers la sphère de la recreation – l'expression d'un *recreational turn* (Stock, 2007) – le projet, toujours discuté par rapport à son financement, d'un tramway qui effectuerait une boucle au sein de Downtown, alimentant et renforçant cette dynamique (l'exemple de la piste cyclable présenté plus haut étant un autre indicateur quant au développement des métriques pédestres pour ce lieu).

A l'échelle de l'agglomération, la voiture est toujours prédominante et omniprésente, et cela constitue l'autre principale caractéristique spécifique de Los Angeles : cette métropole reste le symbole de la *drive-in culture*. Celle-ci doit bien sûr être relativisée par rapport au contexte américain : de nombreuses agglomérations fonctionnent sur un mode de vie tout aussi, sinon plus dépendant de la voiture que cette métropole. Il y a bien quelques lignes de métro à Los Angeles, plus que dans la plupart des autres métropoles des Etats-Unis, mais celles-ci ne forment pas un réseau encore – leur inauguration ayant débuté à partir de 1990 – suffisamment développé pour constituer un moyen de transport pleinement efficace pour se déplacer à l'échelle de l'agglomération. La tendance est cependant au développement du système, avec un ensemble de projets plus ou moins avancés prévoyant l'extension de lignes ou la création de nouvelles. Malgré cette dynamique fondamentale (cela constituerait un véritable « changement de paradigme » dans une optique épistémologique), Los Angeles c'est avant tout des autoroutes urbaines à 16 voies, de gigantesques échangeurs et des embouteillages permanents : pour souligner cette prévalence, on peut rapporter l'exemple de l'épisode du *Carmageddon* – comme l'ont nommé les médias locaux pour faire ainsi référence au film de science-fiction, illustrant à nouveau la prégnance de la dimension cinématographique au sein de la société locale –, c'est à dire le « chaos » provoqué par la fermeture de quelques voies de la *I-405* (l'une des *highways* les plus fréquentées des Etats-Unis, donc du monde) pour cause de travaux. A l'échelle mondiale, on peut ainsi estimer que Los Angeles représente le « modèle américain » par rapport aux autres métropoles, où les transports en commun constituent le mode de déplacement majoritaire. Cela exige de se poser une question : comment les touristes, habitués à utiliser les transports en commun dans leurs précédentes expériences touristiques métropolitaines, font-ils avec cette situation ?

Pour travailler ces différentes questions, l'argumentation s'articule essentiellement sur le discours des touristes par rapport à leurs manières de faire avec l'espace à Los Angeles. L'objectif est ainsi

d'avoir une description de ce qu'ils font, de la manière dont ils le font et de la raison de cet acte par les protagonistes eux-mêmes : en les laissant exposer leur point de vue, en leur demandant de développer une rhétorique argumentative, il est alors possible de les diriger vers un processus de justification quant à leur « régime d'action » (Boltanski et Thévenot, 1991). Il s'agit bien de suivre leur raisonnement, de le comprendre pour ensuite l'interpréter et l'intégrer dans une réflexion plus large. A cette fin, un aspect crucial de la recherche consiste à avoir une diversité des profils sociologiques la plus large possible : ce travail n'a pas la prétention d'être exhaustif ni représentatif, mais celle de restituer l'hétérogénéité des manières de faire avec l'espace et saisir le lien entre les façons d'habiter touristiquement une métropole et les compétences que possèdent (ou non) les individus. Cela s'est effectué par la réalisation d'environ soixante-dix entretiens (de qualité évidemment variable, tous ne seront pas mobilisés dans le texte) au cours de la demi-douzaine de terrains effectués ces cinq dernières années. De façon tout à la fois complémentaire et alternative à ces entretiens, le raisonnement intégrera également les commentaires que certains touristes laissent, sans sollicitation autre que leur volonté de partager leur expérience, sur le site internet *Tripadvisor*. Consulté par un certain nombre d'individus pour préparer leur voyage, cette plateforme de partage peut être considérée comme une sorte de « bourse d'échange » d'informations, tout du moins un stock (immense et alimenté de façon permanente) de ressource en termes de connaissances. Dans un même ordre d'idée, nous envisagerons le discours des guides, qui seront eux aussi envisagés en tant qu'ils représentent une source d'information. Il s'agit de l'un des principaux moyens à disposition des touristes pour comprendre le fonctionnement d'un lieu, ses particularités, et acquérir un certain nombre de compétences spécifiques. Cela nous permet tout d'abord de disposer d'une description de Los Angeles à travers leurs prescriptions quant à la façon de traiter les différentes épreuves spatiales. Cette prise en compte nous autorise ensuite à confronter les manières de faire des touristes par rapport à ces conseils. Il ne suffit pas en effet de prendre pour « argent comptant » naïvement les discours des individus mais plutôt de prendre au sérieux leurs propos, d'en comprendre la logique pour pouvoir mieux dans un second temps les mettre en perspective. Ce recoupement s'effectuera par la mobilisation des nombreuses observations réalisées au cours des terrains, qui permettront d'apprécier d'un autre angle les manières de faire des touristes, et examiner leurs appréciations pour en souligner les concordances ou décalages avec ce qui est observable, ce que l'on peut factuellement constater. Cela rend possible ainsi une reconstitution des différents tenants qui participent de constituer ces épreuves spatiales et autorise à dégager des grandes tendances par rapport aux manières d'habiter touristiquement Los Angeles. Le **chapitre 4**, qui clôturera la première partie de cette thèse, sera l'occasion de revenir en détail sur le protocole de recherche mis en place pour cette enquête.

La deuxième partie sera consacrée à la restitution de l'investigation empirique. Afin de décomposer l'analyse, les différentes épreuves spatiales seront traitées de façons distinctes, chacune faisant l'objet d'un chapitre, à partir de l'une de leurs modalités possibles, celle qui correspondait à la plus pertinente par rapport au problème que constitue l'habiter touristique à l'échelle d'une métropole. Nous commencerons par l'épreuve du **Cheminement** (chapitre 5), pour savoir comment les touristes parcourent une agglomération aussi étalée, la façon dont ils mettent en relation différents lieux, selon quelles logiques, avec quelle rationalité et à partir de quelles compétences. Cela nous permettra ainsi de débiter en exposant l'espace effectif des pratiques touristiques à l'échelle de l'agglomération. L'épreuve du **découpage** (chapitre 6) nous

permettra de poursuivre cette description touristique de Los Angeles à une autre échelle : cette question des délimitations sera travaillée à travers les exemples de deux principaux lieux touristiques de Los Angeles, pour comprendre comment ils sont délimités par les promoteurs touristiques, la façon dont les aménagements contribuent à matérialiser ces limites, avant d'envisager les manières dont les touristes font avec ces limites et leurs éventuelles tactiques de **franchissement** par rapport à ces dernières. Nous traiterons de fait la manière dont les touristes pratiquent *in situ* l'espace public de cette métropole. La troisième étape servira à se focaliser sur l'épreuve du **placement** (chapitre 7), qui sera envisagée sous l'angle de l'hébergement. Face à un « domaine des possibles » que nous verrons très diversifié, il s'agira de saisir les stratégies développées par les individus par rapport à cette modalité d'emplacement, de voir comment la gestion de cette épreuve spatiale s'intègre et nous renseigne sur les compétences dont disposent les touristes pour réaliser leurs pratiques, pour faire avec l'espace, et pour se déplacer. Nous aborderons ensuite l'épreuve que constitue la **gestion des distances** (chapitre 8). Bien qu'en lien particulièrement étroit avec celle du cheminement, les deux épreuves méritent de ne pas être confondues : les compétences mobilisées (ou non) par les touristes pour utiliser efficacement les métriques et profiter de leurs avantages respectifs, mais également la manière dont les individus en font usage et les arbitrages qu'ils effectuent sur ce problème. Un dernier chapitre permettra de montrer comment les différentes épreuves spatiales peuvent s'imbriquer au sein d'une même controverse : l'entrée choisie est celle d'une analyse du système qui sous-tend le dispositif que constitue les circuits guidés en **bus touristiques** (chapitre 9). Ce que l'on peut apparenter à première vue à une simple pratique correspond, c'est l'hypothèse qui sera défendue, plus fondamentalement à une technologie spatiale spécifiquement touristique utilisée par les individus pour accompagner (ou compenser l'absence) les compétences afin de faire avec les épreuves spatiales. Des conclusions partielles seront donc apportées à la fin de chaque chapitre, revenant sur les compétences mobilisées par les individus pour faire avec les épreuves spatiales, la conclusion générale permettant de reprendre l'ensemble des liens ainsi dégagés tout en discutant des différentes manières d'habiter touristiquement Los Angeles, et des compétences que cela exige.

PARTIE I

Les métropoles à l'aune du touristique : un état de la question.

Peu de travaux se focalisent véritablement sur l'expérience des métropoles par les touristes. On peut s'étonner de ce constat posé très récemment par des chercheurs, au regard du nombre considérable² de travaux existant sur ce domaine encore récent³ qu'est la dimension touristique des villes : « given the quantitative importance of urban tourism, it is curious that very little attention has been given to questions about how tourists actually use cities. It may be that the question is rarely posed because the answers are assumed to be either more or less self-evident or of less importance than the wider questions about motives and impacts (...) Most of these early research studies were case study applications, seeking to demarcate the CBD usually based on supply facilities, as being easier to recognise and map, rather than on tourist demand. It is much more difficult to collect data on the behaviour of the individual tourist » (Ashworth & Page, 2011, p.7). Comment expliquer ce peu d'intérêt ? Une hypothèse sur cette carence est qu'il est plus facile de travailler sur des documents institutionnels, des bâtiments, des aménagements urbains, le rôle des acteurs politiques et économiques, etc. que sur les touristes et leurs pratiques. On peut néanmoins constater un développement notable récent de cette focale, notamment à travers le suivi des touristes par GPS : l'objectif consiste à retracer les comportements de déplacements des touristes dans la ville (McKercher & Lau, 2008 ; Shoval & Issacson, 2009 ; Lee & Joh, 2010 ; Dejbakhsh & al., 2011 ; Pettersson & Zillinger, 2011 ; McKercher & al., 2012). Cet engouement nouveau peut sans doute s'expliquer par le fait qu'il devient plus facile et plus rapide de travailler sur les déplacements des touristes en ville avec cet outil. Fastidieux et compliqué autrement, le suivi du trajet des individus est rendu possible presque instantanément par cet équipement : il est ainsi possible de retracer automatiquement le parcours des touristes de manière très précise⁴. Il s'agit là d'une première étape dans la réflexion. Cela ne nous renseigne cependant pas sur le comment des pratiques, le sens que les individus accordent à cette expérience, sur ce que cela implique pour eux de vivre dans un endroit qu'ils ne connaissent pas, et même sur les conséquences de cette présence de touristes sur le fonctionnement des métropoles. D'une certaine façon On appréhende des trajectoires *dans* la ville comme ça pourrait

² « (since 1989) there has been an increase in the number of books, mostly edited collections' (Edwards et al., 2008: 1034). Indeed, a current review of Leisuretourism.com using the generic term Urban Tourism generates over 800 pieces of literature and Scopus over 1300 references as a sign of its intellectual health. » (Ashworth & Page, 2011, p.1)

³ Le livre « The Tourist-Historic City » de Ashworth & Tunbridge (1989) est celui « qui a fait date » au point d'être, encore aujourd'hui, une référence incontournable.

⁴ Les chercheurs utilisent les nouvelles technologies pour travailler sur les touristes ; il serait nécessaire maintenant de voir leur usage par les touristes pour leur pratique de la ville et les considérer ainsi comme des équipements embarqués.

l'être dans une boîte. Cette enquête propose une perspective différente qui envisage le tourisme comme une dimension essentielle dans la constitution de l'urbanité métropolitaine.

On rejoint ici la critique existant à propos du nom par lequel on qualifie usuellement cette thématique : tourisme urbain, *urban tourism*. Il s'agit de l'expression fréquemment utilisée par les média, les organismes statistiques et la plupart des chercheurs (Law, 1993 ; Page, 1995 ; Cazes & Potier, 1998 ; Van den Berg et al., 1998 ; Law, 2002 ; Page, 2002 ; Page & Hall, 2003 ; Selby, 2004 ; Edwards & al., 2008 ; Ashworth & Page, 2011) quand ils envisagent la dimension touristique des villes : c'est alors utilisé par opposition à un tourisme qui serait « littoral » (ou balnéaire), « de montagne », « rural », etc. (MIT, 2002 ; Stock et al., 2003). Cette propension généralisée dans la façon de concevoir ce problème apparaît maladroite, dans la mesure où elle pourrait laisser sous-entendre une confusion entre les termes « ville » et « urbain ». En effet, en allant au bout de cette logique, on pourrait conclure que seules les villes sont urbaines : or, un certain nombre de travaux dans le domaine des études urbaines ont avancé l'hypothèse que la dichotomie ville/rural est de moins en moins pertinente et qu'il faut désormais penser les espaces en termes de gradients d'urbanité ; il est possible d'affirmer que la dite urbanité n'est plus l'exclusivité de la ville, mais une caractéristique partagée par de nombreux types de lieux selon des intensités et des modalités variables. Le concept « urbanité »⁵ nous permet de dépasser une analyse binaire de la situation : « par la saisie de l'urbanité, la différence entre grandes et petites villes, stations touristiques et villes touristiques, agglomérations industrielles et villes administratives, métropoles et mégapoles peut être pensée. Chacun de ces types spatiaux est caractérisé par un niveau d'urbanité différent » (Lussault & Stock, 2007, p.241). Il ne s'agit donc plus d'étudier le « tourisme urbain » mais les multiples relations qui peuvent exister entre la dimension urbaine d'un lieu⁶ et son caractère touristique : « On ne peut donc plus réduire la question du "tourisme urbain" à celle du lien entre tourisme et "ville", mais travailler sur les croisements et les hybridations entre les différentes manifestations de l'urbain et les différentes manifestations du touristique. » (ibid.). Cet agenda de recherche nous permet ainsi de dégager une série de questions introductives essentielles : dans quelle mesure les métropoles sont-elles touristiques ? Comment le tourisme peut-il intervenir sur l'urbanité des métropoles ? Les métropoles sont-elles des lieux touristiques spécifiques ?

Ce chapitre s'organise autour de ces trois questions, afin de proposer un « état de la question » qui alternera entre réflexions épistémologiques et descriptions empiriques, cela afin de répondre à deux objectifs. Tout d'abord il s'agira de faire le point sur les travaux existant dans ce champ d'étude : cela permettra de comprendre les façons dont les chercheurs ont pensé la dimension touristique des agglomérations, de les discuter, d'en apprécier les apports tout autant que les limites, de se positionner par rapport à eux. L'objectif n'est pas d'intégrer exhaustivement l'ensemble de la littérature existant sur ce sujet⁷, mais de travailler un certain nombre d'approches - à la fois celles qui semblent être les plus importantes mais également celles le plus en rapport

⁵ Il s'agit là d'un point sur lequel nous aurons l'occasion de revenir dans le chapitre 2

⁶ Le chapitre 2 servira à expliciter la façon adoptée dans cette enquête pour envisager la « dimension urbaine d'un lieu ».

⁷ Je renvoie pour cela à Gérardot (2010) qui énumère la plupart des travaux portant sur les liens « géographie/tourisme » et « ville/tourisme » et à Ashworth & Page (2011) sur le « tourisme urbain » dans la recherche anglophone des années 2000.

avec cette recherche. Cet état de l'art permettra ensuite d'avoir une première idée de ce à quoi peut correspondre ce phénomène empiriquement : accompagné d'une discussion de certains indicateurs statistiques, nous disposerons ainsi de quelques points de repères pour évaluer l'ampleur du phénomène touristique au sein des métropoles et son incidence sur le fonctionnement et la configuration de ces dernières. Cela nous permettra d'établir des points de comparaisons, d'effectuer une mise en perspective des descriptions de la situation à Los Angeles que nous aborderons dans la deuxième partie de cette enquête.

1.1. Les métropoles, des lieux touristiques majeurs

L'objectif de cette section est d'avancer quelques éléments permettant d'avoir un ordre d'idée quant à l'ampleur de la dimension touristique des métropoles, en reprenant notamment la critique selon laquelle la plupart des travaux regroupent à tort des visiteurs aux objectifs et aux pratiques très différentes sous le terme « touristes », réduisant encore la compréhension du phénomène.

1.1.1. Quelle touristicité pour les métropoles ?

L'un des points de départ de cette question consiste à relever l'acception bien souvent trop large de la définition du touriste, qui correspond alors à l'ensemble des visiteurs d'un lieu, sans qu'il n'en soit fait une distinction à partir de leur profil : « le tourisme de loisir est loin d'être le seul type de déplacement faisant affluer les gens vers les villes, bien qu'il soit peut être le plus manifeste. Il existe d'autres touristes moins visibles dans les villes - touristes d'affaires, touristes de l'éducation et de la santé, personnes rendant visite à des amis ou des parents. (...) Dans un monde où les déplacements se multiplient, il importe moins de distinguer les usagers urbains en fonction de la distance parcourue et de la durée de leur séjour que de comprendre ce qu'ils exigent de la ville, ce qu'ils perçoivent de ses quartiers et la façon dont ils y évoluent » (Maitland, 2008). Si l'on ne peut qu'accepter le constat soulignant que la pratique touristique n'est pas le seul type de déplacement faisant affluer les gens vers les villes, il n'est par contre pas évident de suivre l'auteur lorsqu'il appose le terme « tourisme » à toutes les mobilités : il semble plutôt au contraire nécessaire de définir le plus précisément possible de quoi l'on parle, et savoir ainsi ce que l'on peut montrer (ou non). On retrouve cette propension à ne pas faire de distinction entre les différents visiteurs chez d'autres auteurs : « our principal concern is the way in which cities are shaped by efforts to attract and control visitors and by the economic, spatial, and cultural impact of non-residential living within them for limited times. (...) We shall employ the term tourist interchangeably with visitor and traveler, because that is the common usage, but the reader should keep in mind that we intend the most expansive meaning in regard to the tourist's motivation. We take this position because, in terms of urban development, different types of tourist may use the same facilities (e.g. hotels) and because many trips are multi-purpose. (...) Our definition of tourism is consonant with that of the World Tourism Organization (WTO), which

defines a tourist as any person who stays away from home overnight for a limited time.» (Hoffman & al., 2003, p.3). Les auteurs reprennent la définition de l'Organisation Mondiale du Tourisme et mélangent touristes, visiteurs et voyageurs, du fait qu'ils utiliseraient tous les mêmes équipements. S'il est possible de comprendre la logique d'un tel choix par rapport à la disponibilité des statistiques notamment, une telle démarche a l'inconvénient de ne pas critiquer ces constructions institutionnelles, de ne pas en questionner la cohérence et la pertinence, perspective pourtant impérative dans une approche scientifique : « la confusion est l'un des mots clés pour comprendre l'analyse du tourisme. (...) Les statistiques produites par les villes mêlent généralement des pratiques à la fois différentes, connexes et, parfois, chevauchantes : d'abord, les touristes au sens strict du terme (...) ; ensuite des congressistes ; enfin, des voyageurs d'affaires. Tous ont en commun de se déplacer pour venir résider temporairement dans une ville où ils ne résident pas habituellement, mais aussi d'utiliser des hébergements dits touristiques (hôtels en premier lieu, mais aussi à l'occasion, chambres d'hôtes, voire locations meublées). Là s'arrêtent les similitudes » (Knafou, 2007, p.16). D'autres auteurs sont également conscients du problème que posent ces définitions extensives, hasardeuses : « so far the word 'tourism' has been used as if it were unproblematic (Gilbert, 1990). As in other fields, even this simple term has different meanings in the USA and Britain. In Britain the word 'tourism' covers all travel for whatever purpose, whereas in the USA it refers to leisure travel only » (Law, 1996, p.4). Relever ces différences est d'une importance capitale : cela signifie que, si l'on utilise les définitions des organisations statistiques de chaque état, on ne parle pas de la même chose quand on décrit la dimension touristique d'une ville américaine et d'une ville anglaise. Les données traduisent des réalités sensiblement différentes ; l'on peut y inclure des phénomènes ayant peu de choses en commun, et la comparaison entre différentes situations n'est pas possible : une famille en vacances et une femme d'affaires n'ont pas les mêmes pratiques, les mêmes besoins, ne vont pas dans les mêmes lieux, ne sont pas sensibles aux mêmes aspects, etc.

Savoir quels sont les différents types de publics présents, et dans quelles proportions, devrait pourtant être un impératif pour comprendre précisément le fonctionnement d'un lieu, afin d'en améliorer son organisation, sa gestion, sa promotion. Par rapport aux catégories des congressistes et des voyageurs d'affaires, on pourrait par exemple distinguer les touristes à partir des quatre points suivants : « i) la personne choisit elle-même sa destination ; ii) elle se déplace dans un temps hors de celui du travail ; iii) elle paie son déplacement comme son séjour ; iv) disposant de temps libre, elle ne visite pas les mêmes lieux que les autres clientèles, ne recourt pas aux mêmes services » (Knafou, 2007, p.16). Ne pas intégrer dans l'analyse les spécificités (et similitudes) des différentes pratiques ne nous autorise pas à saisir les phénomènes dans leurs subtilités et leurs richesses.

Tableau n°1 :
La dimension touristique des 36 plus grandes agglomérations françaises en 2007

Villes	Nuitées	Loisir	Etrangers	Chambres	Population
Paris	35'715'314	57%	66%	77'262	2'211'297
Nice	7'648'118	68%	53%	23'483	344'875
Lyon	4'061'976	35%	19%	12'014	474'946
Bordeaux	2'435'745	35%	20%	7'426	253'891
Toulouse	2'346'626	33%	20%	7'456	459'553
Marseille	2'230'362	53%	21%	5'551	851'420
Lille	2'165'441	33%	21%	6'456	225'784
Strasbourg	1'968'774	47%	39%	5'955	272'116
Nantes	1'502'781	30%	8%	5'046	283'288
Toulon	1'496'327	65%	17%	4'617	166'733
Aix	1'332'323	56%	32%	3'530	142'743
Tours	1'306'600	48%	32%	3'999	135'480
Avignon	1'277'594	65%	41%	3'458	94'787
Montpellier	1'153'070	45%	17%	3'076	252'998
Dijon	1'084'682	44%	31%	2'923	151'576
Rennes	965'225	32%	14%	3'056	206'655
Grenoble	944'115	27%	17%	3'350	156'659
Orléans	930'191	34%	22%	2'924	113'257
Metz	928'156	37%	21%	2'784	122'838
Rouen	899'922	34%	31%	2'724	109'425
Reims	886'350	46%	37%	2'584	181'468
Clermont-Ferrand	853'825	39%	14%	3'030	139'006
Nancy	833'240	35%	18%	2'785	106'361
Caen	812'226	47%	32%	2'375	109'899
Versailles	751'808	58%	37%	2'282	86'686
Perpignan	633'724	54%	24%	1'679	116'676
Mulhouse	590'064	44%	30%	1'992	111'860
Nîmes	587'075	56%	25%	1'732	140'267
Angers	566'037	28%	13%	1'898	148'405
Limoges	521'221	33%	13%	1'693	140'138
Le Havre	496'054	43%	24%	1'630	198'751
Brest	453'194	33%	18%	1'582	142'097
Le Mans	432'996	35%	17%	1'601	143'547
Besançon	425'537	30%	14%	1'503	117'599
St Etienne	392'828	27%	10%	1'327	172'696
Amiens	243'292	35%	21%	692	134'381

Source : « Le tourisme urbain en 2007. Tableaux de bord détaillés ». Direction du tourisme

Etablir les nuances les plus précises possibles entre ces types de clientèles (touristes, congressistes, voyageurs d'affaires, etc.) et plus généralement entre les différents types de populations présentes au sein d'une métropole est nécessaire pour la sphère académique, aussi bien que pour la sphère économique afin notamment « i) de mieux adapter l'offre à la demande (par exemple les besoins hôteliers d'un touriste ne sont pas tout à fait les mêmes que les attentes d'un voyageur d'affaires) ; ii) de mieux démarcher les différentes clientèles (ce ne sont pas du tout les mêmes arguments qui vont attirer une clientèle de touristes et les organisateurs d'un congrès) ; iii) de différencier les villes selon les clientèles : en effet, toutes les villes ne sont pas touristiques, en ce sens que toutes n'attirent pas un flux significatif de touristes véritables ce que, du reste, l'observation du terrain confirme (absence de signalétique touristique, impossibilité de louer un véhicule un dimanche, etc.) » (ibid.). C'est ce que permet d'illustrer le tableau n°1, grâce auquel on constate que seulement 9 des 36 plus grandes agglomérations de France ont leur secteur hôtelier qui fonctionne majoritairement par le tourisme (par rapport au pourcentage des « nuitées loisir ») : cela signifie que les voyages d'affaires sont dominants pour les autres. De façon osée, on pourrait avancer que très peu d'agglomérations sont réellement « touristiques » (si l'on prend comme critère une majorité des visiteurs venant pour se recréer) étant donné que la plupart des visiteurs ne viennent pas pour du loisir mais dans le cadre de leur travail. De même, le pourcentage de nuitées effectuées par les étrangers donne une indication sur le caractère faiblement international de la dimension touristique : celle-ci est prédominante à Nice et surtout à Paris, mais reste relativement faible (moins d'un quart du total des nuitées) pour une large majorité (23) des agglomérations concernées. Cela sous-entend une relativement faible diversité des touristes. Mais l'élément essentiel de ce tableau est de souligner très nettement combien Paris se distingue.

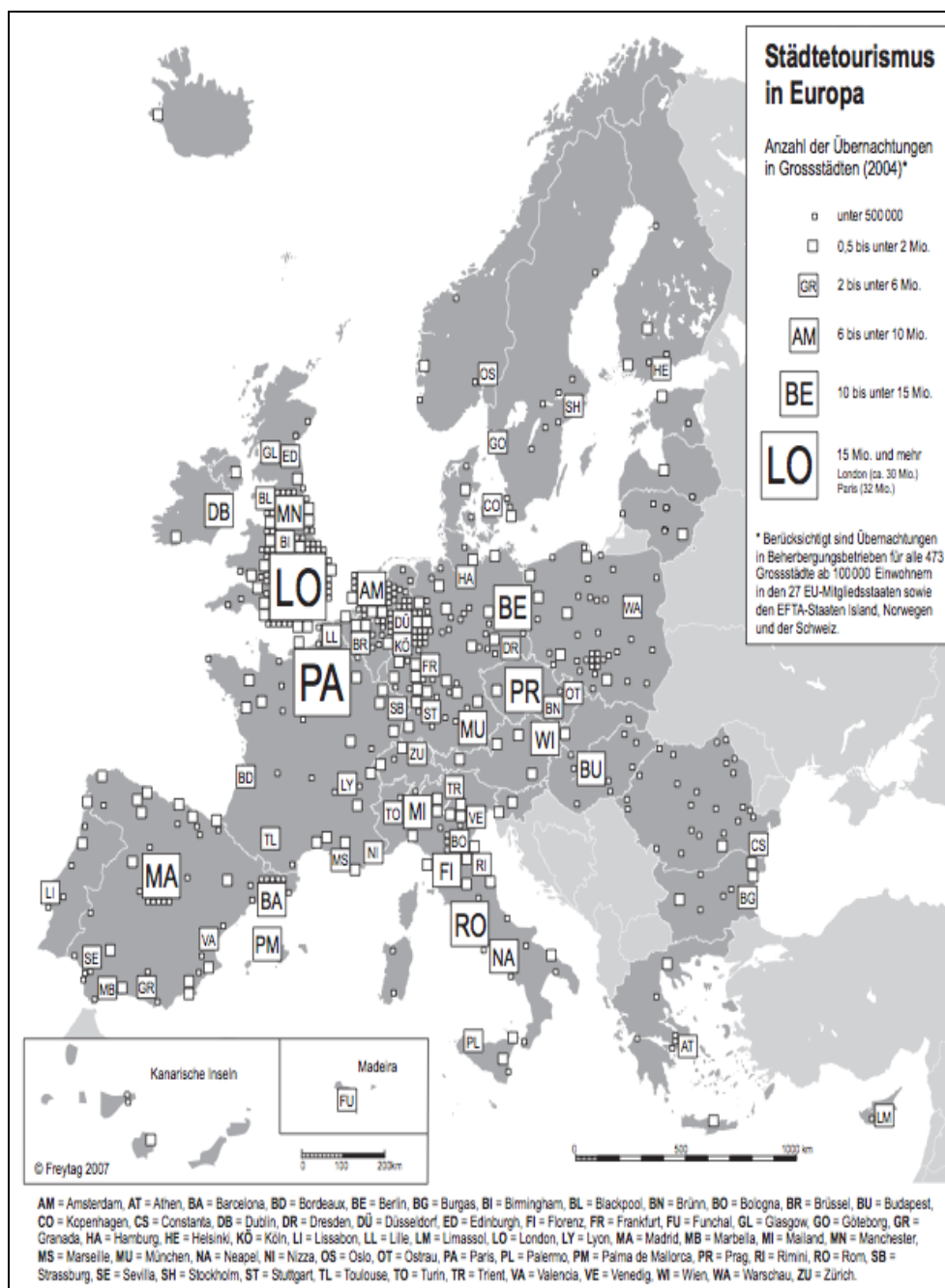
Il y a des écarts considérables par rapport aux autres agglomérations pour la plupart des critères envisagés : en termes de nuitées, de chambres disponibles, de proportion de clientèles étrangères. On constate explicitement ici que nous n'avons pas du tout affaire au même type de lieu que les autres de la liste : peut-on alors encore parler de « ville touristique » pour qualifier Paris ? Cette dimension « hors-norme », « extra-ordinaire » de cette dernière métropole pourrait correspondre à un indice alimentant la thèse d'une spécificité touristique des métropoles.

1.1.2. L'inégale touristicité des métropoles à travers le Monde

Dégagé par le tableau précédent pour le cas de la France, le différentiel de touristicité des métropoles se constate également à l'échelle de l'Europe, comme le montre la représentation cartographique suivante (illustration n°1), au moins en ce qui concerne les nuitées effectivement réalisées dans les métropoles européennes⁸. Parmi les informations qu'il est possible de retenir de cette carte, celui du nombre relativement important de métropoles européennes ayant une fréquentation non-négligeable est particulièrement intéressant à prendre en compte : chaque point correspond à une agglomération disposant d'au moins plusieurs centaines de milliers de nuitées.

⁸ C'est donc l'ensemble des visiteurs qui sont considérés dans ce document, et non les touristes stricto-sensu.

Illustration n°1 Nombre des nuitées des métropoles européennes en 2004



Source : Freytag, 2007

Le maillage, serré, la densité, élevée, de ce type de lieu illustre le fait que de nombreuses agglomérations sont concernées par l'accueil de visiteurs et - pour reprendre dès maintenant une hypothèse sur laquelle je reviendrai ci-dessous - par la sphère de la recreation de manière déjà un peu plus précise. L'autre principal enseignement à retirer est la confirmation de la hiérarchie déjà constatée dans le précédent tableau pour le cas français. Les global cities que sont Londres et Paris se distinguent nettement avec près de 30 millions de nuitées⁹. Derrière ces deux exceptions, car on ne parle vraisemblablement pas du même type de lieu ici, un deuxième groupe se dégage, celui des « métropoles internationales », ayant quelques millions de nuitées. Enfin, une troisième grande catégorie apparaît, regroupant des « métropoles régionales » ayant approximativement moins d'un million de nuitées. Cela engage à considérer les métropoles comme faisant partie des lieux les plus touristiques : « large cities are arguably the most important type of tourist destination across the world. They have always attracted visitors but until recently, with the exception of capital like London and Paris, the tourist industry has not been perceived as a significant one, nor have these cities been classified as tourist centres (Blank and Petkovitch, 1987) » (Law, 1996, p.1). Cela ne va pourtant pas de soi : la corrélation entre le poids démographique d'une agglomération et sa fréquentation touristique n'est pas évidente. On peut au contraire objecter que, parmi les agglomérations de plus d'un million d'habitants dans le monde, peu sont (très) touristiques : « alors qu'on compte actuellement dans le monde une centaine de grandes villes de deux millions et plus d'habitants, seul un petit nombre d'entre elles rassemblent la majorité des touristes. » (Lozato-Giotard, 2000, p.217). Ce postulat nécessite malgré tout une rigueur dans l'argumentation¹⁰ : parle-t-on uniquement des « touristes » ou de l'ensemble des visiteurs ? De tous les voyageurs ou seulement des internationaux ? On pourrait en effet avancer que, de part sa centralité, c'est le propre (et cela d'un point de vue historique) de toute « grande ville » que d'accueillir des visiteurs : « plus la ville occupe une place élevée dans la hiérarchie urbaine, plus elle induit du voyage d'affaires. » (Knafou, 2007, p.17).

Un travail sur cette question mériterait de réinvestir la liste des aires urbaines les plus importantes démographiquement dans le monde – celle par exemple établie par François Moriconi-Ebrard (2003) – en y intégrant des données concernant la dimension touristique (nombre de lits disponibles, nombre de nuitées, nombre de visiteurs, etc.) afin d'en effectuer une comparaison pertinente. L'important travail de récolte d'indicateurs que cette analyse nécessite ne permet pas de la proposer ici, mais le tableau précédent (tableau n°2), bien que lacunaire, rend possible une première idée du différentiel de capacité d'accueil de certaines métropoles à travers le monde. En ne tenant compte que du critère « lits disponibles »¹¹ (série la plus complète), il est possible de dégager plusieurs groupes de villes¹² : Las Vegas se distingue très nettement, les « Global Cities » ont un nombre de lits disponibles relativement proche (près de 200 000), les autres métropoles

⁹ Notons ici que l'estimation du nombre de nuitées passe du simple au double par rapport à celui adopté dans le texte de Philippe Duhamel et Rémy Knafou (2007)

¹⁰ On retrouve ici la nécessité évoquée ci-dessus d'une précision dans les termes choisis

¹¹ Celui dont les données sont les plus faciles à obtenir ; les quelques chiffres sur les nuitées montrent des écarts potentiellement importants pour des villes ayant pourtant une capacité hôtelière proche (entre Rome et Mexico ou entre Dubaï et Istanbul par exemple) : cela relève d'une distinction entre touristicité a priori et touristicité a posteriori.

¹² A l'instar du classement des villes mondiales du GaWC, cela pourrait correspondre à différents « rangs » (représentés ici par les différentes couleurs du tableau)

internationales se positionnent sur un spectre assez large et les villes indiennes ont une capacité d'accueil très faible par rapport à leur poids démographique. De manière générale, le tableau suivant permet de se rendre compte qu'il y a très peu de correspondance entre le poids démographique d'une agglomération et sa capacité d'accueil.

Tableau n°2
Estimations de la capacité d'accueil de quelques métropoles à travers le Monde.

Villes	Nuitées (Millions)	Lits disponibles	Villes	Nuitées (Millions)	Lits disponibles
Las Vegas		300 000	Buenos Aires		54 360
Pékin		200 000	Dubai	20,5	52 975
Los Angeles		197 060	Rio de Janeiro		46 610
New York		180 000	Istanbul	6,8	45 546
Londres	60	179 000	Macau		44 800
Paris	60	175 000	Prague	8,4	43 625
Tokyo	64	168 000	Manchester		41 413
Shanghai		?	Sydney		40 000
Hong-Kong		120 208	Vienne	7,9	40 061
Rome	38,9	114 000	Amsterdam	8,1	35 000
Mexico	21,7	96 818	Budapest	5,2	34 352
Sao Paulo		84 000	Bruxelles	4,7	30 916
Madrid		79 090	La Havane		28 000
Barcelone		69 721	Lisbonne	4,5	22 000
Singapour		67 760	Stockholm	4,3	21 200
San Francisco		64 000	Bombay		20 046
Berlin	11,3	62 940	Delhi		19 682
Chicago		61 094	Bangkok		12 600
Séoul		60 352	Calcutta		5 204

Source: Stock (2007), Duhamel et Knafo (2007), complétés à partir de données officielles collectées par mes soins

Les quelques chiffres concernant les nuitées permettent aussi de montrer qu'à capacité d'accueil similaire, la fréquentation effective peut varier considérablement (Rome/Mexico ou Dubaï/Istanbul): l'indicateur « potentiel d'hébergement » ne nous apporte pas de renseignements décisifs quant à la fréquentation effective du lieu - le fait d'avoir un nombre de lits élevé ne présume en rien de la présence importante des visiteurs. Ces données ne fournissent aucune indication non plus ni sur la « qualité » des visiteurs (touristes, hommes d'affaires), ni sur leur origine (quelle est la part des visiteurs internationaux ?). Aussi, il n'est pas certain que toutes les métropoles internationales possèdent une touristicité importante : « les métropoles de niveau international sont elles, *par définition*, touristiques : cumulant les trois clientèles précédemment distinguées (touristes, congressistes, voyageurs d'affaires), un important hébergement marchand, une vie urbaine d'une grande animation, un renouvellement constant de leur attractivité, elles jouent sur tous les tableaux, ce qui ne les empêche pas d'avoir à faire face à une compétition incessante, d'une part, avec les autres destinations métropolitaines (aussi bien pour le tourisme

que pour les congrès), d'autre part, avec les grandes stations touristiques qui tentent de grignoter des parts de marché, aussi bien du côté des touristes que du côté des séminaires et petits et moyens congrès. » (Knafo, 2007, p.17, souligné par moi).

Deux principaux enseignements sont à tirer de cette réflexion sur la touristicité des métropoles. Tout d'abord, certaines d'entre elles font assurément partie des lieux accueillant le plus de visiteurs à travers le Monde. Inversement, un nombre important de grandes agglomérations reçoivent relativement peu de visiteurs : le critère du poids démographique ne permet donc pas apparemment de distinguer un type de lieu touristique spécifique. La présence ou non de fonctions urbaines, d'équipements, d'infrastructures, voire l'intégration dans le « système – monde » - la mondialité - seraient des indicateurs sans doute plus décisifs. Malgré tout, et c'est un deuxième point à relever, il apparaît que la plupart des métropoles (et ce quelle que soit leur importance) sont concernées, de façon plus ou moins importante, par l'accueil de visiteurs. Si cela n'est en soi pas une nouveauté, il est possible de faire un pas de plus par rapport à cette idée et avancer le fait que les métropoles sont non seulement concernées, mais se construisent et fonctionnent de plus en plus autour de cette dimension.

1.1.3. Conclusion

Cette première section nous ainsi a permis de disposer d'un ordre de grandeur du phénomène touristique au sein des métropoles. On se rend bien compte de l'ampleur considérable, d'un point de vue statistique, de cette dimension mais également du différentiel très important qui peut exister entre deux situations. Il convient maintenant de s'interroger sur les ressorts de la pratique touristique d'une métropole et sur les effets de la mise en tourisme sur l'urbanité des métropoles. C'est le point abordé dans la deuxième section de ce chapitre.

1.2. Les effets de la mise en tourisme sur l'urbanité des métropoles

On peut ainsi partir du principe que la dimension récréative devient fondamentale non seulement pour les lieux qui lui sont entièrement dédiés (telles que les stations touristiques), mais également pour les métropoles. Mais quels sont les ressorts de la pratique touristique des métropoles ? Quels sont les effets de la mise en tourisme sur la configuration spatiale de ces lieux ?

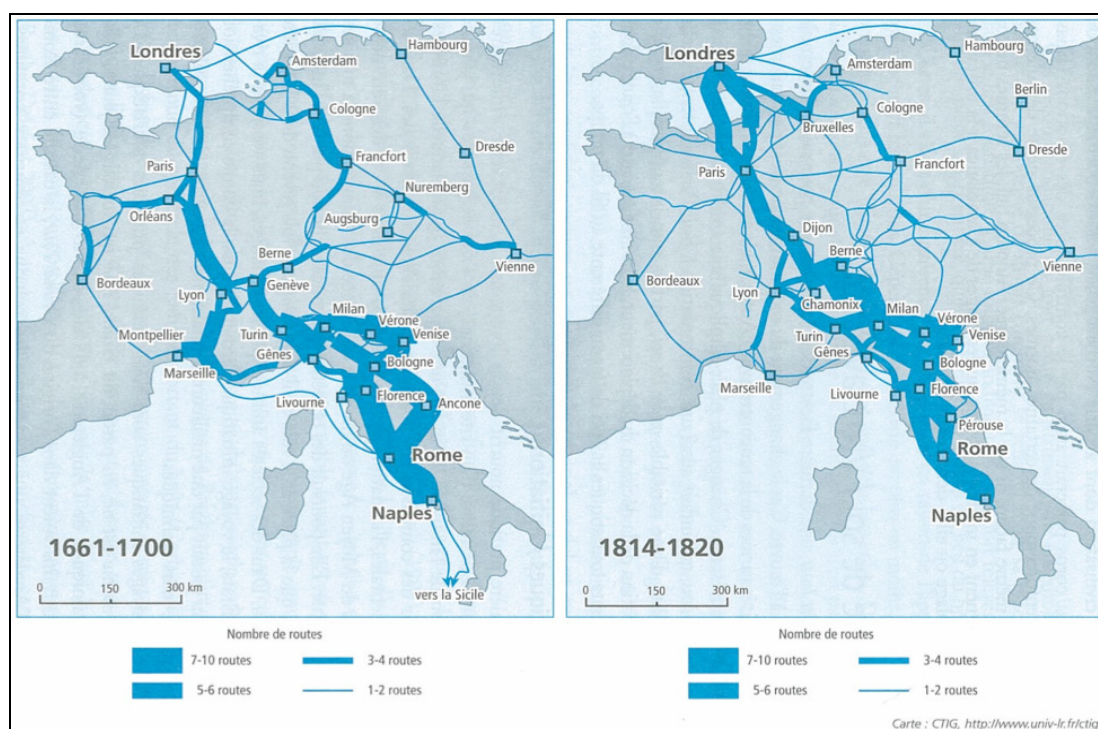
1.2.1. Les métropoles, des lieux anciennement mis en tourisme

On peut développer l'hypothèse qu'historiquement les métropoles sont parmi les premiers lieux concernés par le tourisme historiquement. Il est par exemple possible de faire remonter les prémices de l'investissement des métropoles par le système touristique au Grand Tour, voyage qu'effectuaient à partir du XVII^e siècle les jeunes aristocrates anglais pour achever leur éducation. Si l'objectif premier était le séjour dans les cités italiennes afin d'en découvrir la culture, ce voyage concernait un certain nombre de lieux de l'Europe de l'ouest, qui formaient les étapes bien établies d'un circuit, les nœuds informels mais obligatoires d'un réseau. Réservé à une certaine partie de la population, ce phénomène n'était pas pour autant confidentiel puisqu'il y aurait eu jusqu'à 20 000 personnes qui effectuaient le Tour au milieu du XVIII^e siècle (Towner 1985, cité in Equipe MIT, 2011, p.21). En faisant attention aux lieux intégrés au Grand Tour, on peut remarquer qu'il ne s'agit pas de n'importe quelles villes, mais seulement des centres urbains les plus importants, tout du moins ceux considérés comme étant les plus remarquables. En ce sens, cette pratique a contribué à l'émergence d'un réseau métropolitain à travers l'Europe, avec une mise en relation des lieux par le déplacement des individus. Inhérente à la logique du Grand Tour, la « quête du passé » (le patrimoine, pour utiliser un terme contemporain), est un moteur puissant de la pratique touristique des agglomérations : « tout d'abord, leur intérêt pour les vestiges du passé les portera à visiter les villes de l'Italie : Rome, Venise, Padoue et Naples puis la Grèce voire Istanbul au XIX^e siècle, tout particulièrement pour leurs monuments anciens, de l'Antiquité à la Renaissance. En cela, ils s'inscrivaient dans la droite ligne du Grand Tour » (Duhamel, 2007, p.299). Il s'agit là du « processus de touristification d'un centre urbain historique » (MIT, 2005, p.98) qui se met en place à partir de la deuxième moitié du XIX^e siècle et dont Bruges et Venise figurent comme les exemples les plus représentatifs¹³. Parallèlement à cette quête du passé, la recherche de la « modernité », qui se développe à la même époque, est un autre ressort fondamental de la venue de visiteurs dans les métropoles. Cela s'est notamment exprimé par les Expositions Universelles dont les effets les plus spectaculaires sont remarquables à Paris : « Ces événements (...) ont contribué à façonner le paysage parisien à travers les monuments qu'ils nous ont laissé : si le Palais de l'Industrie créé pour 1855 a disparu et le Palais du Trocadéro créé pour 1878, a été reconstruit dans l'Entre-deux-guerres, la Tour Eiffel (1889) mais aussi le Pont Alexandre III, le Petit et Grand Palais (1900) sont devenus des éléments emblématiques de Paris

¹³ Un « moment de lieu », pour reprendre l'expression qu'utilise l'Equipe MIT pour marquer non pas l'invention de l'association entre une pratique et un lieu mais le moment où cette association « fait effet au point d'être exportée et reprise ailleurs par d'autres acteurs » (MIT, 2005, p.299).

et tout particulièrement la première. D'autre part les Expositions Universelles ont induit des aménagements et nous pouvons le voir avec celle de 1900. Ainsi pour l'occasion, la Gare de Lyon fut agrandie, les gares d'Orsay et des Invalides furent créées » (Duhamel & Knafo, 2007). Les expositions universelles ont ainsi eu une grande incidence sur le développement morphologique de Paris avec la construction de nombreuses infrastructures. Cette dynamique ne se limite pas au seul cas de cette ville mais il est également possible de la voir à l'oeuvre dans d'autres métropoles occidentales de l'époque : « the growing interest of businessmen in city planning and embellishment derived in part from their experience with national and international world's fairs. Beginning with the first American world's fair, held in New York in 1853 in emulation of London's Crystal Palace exposition two years before » (Cocks, 2001, p.127). On constate alors que ce ne sont pas tant les villes au sens large, que, plus étroitement, les métropoles¹⁴ qui sont concernées par cette dynamique : « la modernité urbaine susceptible d'attirer des touristes, par ses formes et ses refontes comme par son architecture monumentale, nécessite des investissements très lourds, une politique d'aménagement, dont seules les plus grandes villes peuvent supporter le poids » (Duhamel, 2007, p.303). La simple énumération des lieux ayant accueilli des expositions universelles entre 1851 et 2010¹⁵ tend en effet à confirmer le fait qu'il est avant tout question ici d'un phénomène métropolitain.

Illustration n°2 Les routes du Grand Tour



Source : Towner (1985) cité par l'Equipe MIT (2011)

¹⁴ Même si les travaux sur les Tourist Historic-City (Ashworth, 1987) indiquent que la dimension historique est à l'origine de la pratique touristique d'agglomérations de moindre importance.

¹⁵ Londres (2), New York (2), Paris (5), Besançon, Metz, Lyon (2), Vienne, Philadelphie, Sydney, Melbourne, Liège, Saint Louis, Anvers (2), Barcelone, Chicago, Bruxelles (2), Milan, Montreal, Osaka, Séville, Hanovre, Shanghai

Il est possible de faire un pas de plus dans cette réflexion sur le rôle joué historiquement par la dimension touristique sur l'urbanité des métropoles, en envisageant l'idée que cela ne se limite pas uniquement à un aspect strictement matériel, mais intervient également sur une dimension plus idéale. On peut en effet reprendre l'hypothèse que l'investissement touristique a participé du « processus de civilisation » de ce type de lieu, comme cela est explicitement avancé dans le cas des métropoles américaines (Cocks, 2001). L'hypothèse alors défendue soutient que l'émergence d'un système d'acteurs, de techniques et de lieux spécifiques à l'accueil des étrangers – et des touristes en particuliers – participe sensiblement de la constitution des métropoles états-uniennes : « as a result, walking in an American city in the mid-nineteenth century was an act fraught with moral and political peril, a danger the urban sketches of the period painted in the most lurid colors. Such cities were not amenable to nineteenth-century tourism (...) By 1915 urban tourism was not only thinkable, it was profitable. A growing number of tour agencies, railroad passenger departments, guidebook publishers, genteel travel writers, and city business organizations served and promoted pleasure travel in American cities. Urban tourism presupposed and encouraged the domestication of public, urban spaces for the well-to-do » (Cocks, 2001, p.5). La métropole américaine, était perçue jusqu'au début du XXe siècle comme un espace hostile, tout du moins un endroit peu propice à la flânerie et au divertissement et c'est l'ensemble des dispositifs – First-Class Urban Hotel, Tour companies, guidebooks –, équipements et autres stratégies marketing progressivement mis en place à cette époque pour les touristes qui ont contribué à un changement radical de la perception que la société a de ce lieu - à l'instar de ce qui a pu se passer pour la montagne et le littoral -, en participant de l'augmentation et du renforcement de la sociabilité et des normes en vigueur au coeur de la métropole américaine moderne. Cela constitue une contribution directe et véritable à la domestication de l'espace public. Pour le dire autrement, cette proposition défend la posture suivante : le tourisme a un rôle important dans l'augmentation de l'urbanité d'un certain nombre de villes américaines dès le début du XXe siècle, autant en terme d'infrastructures que de mode de vie : « the presence of tourists, afoot or clustered on trolleys and special "seeing the city" cars, altered the composition and behavior of city crowds. The cultivation of sights attractive to tourists altered the physical landscape to a small extent, and to a greater extent transformed the meaning of walking in the city in a way that affected many city residents » (Cocks, 2001, p.7). Si l'on accepte cette analyse, c'est la présence et les pratiques des touristes qui, en investissant l'espace public notamment par la déambulation, contribuent à en changer la valeur aux yeux des propres résidents.

1.2.2. La permanence des logiques touristiques métropolitaines

Il semblerait ainsi que l'association entre le phénomène touristique et le contexte spatial métropolitain se soit nouée, dans une perspective historique, selon une relation réciproque : la pratique des métropoles a été - d'une certaine manière - à l'origine du tourisme, tandis qu'inversement le tourisme a sensiblement contribué à développer ces lieux, à la fois dans l'évolution du cadre bâti, mais également dans sa perception par les sociétés.

Un aspect nécessaire à relever concerne la permanence des logiques touristiques à l'oeuvre : les éléments (énoncés ci-dessus) au cœur de la dimension touristique de la métropole au XXe siècle

sont encore ceux qui interviennent actuellement. En effet, les mêmes mécanismes se perpétuent toujours aujourd'hui encore : la découverte des centres-villes historiques, patrimonialisés, semble être au cœur de nombreuses pratiques touristiques au sein des métropoles, comme cela a pu être constaté à propos du cas d'Amsterdam : « par leur importance quantitative dans certains lieux, par leur répétition dans le temps et par leur prise en compte, leur anticipation, leur désir ou leur rejet de la part des acteurs locaux, ces performances (touristiques) subvertissent progressivement les lieux et participent à leur évolution. Dans l'hyper-centre (sur le Damrak, le Dam, Kalverstraat, dans le Quartier Rouge...), l'activité économique et la vie urbaine sont largement tournées vers les visiteurs, ce que reflètent les paysages » (Chapuis, 2012, p.396). De même, les expositions universelles – par ailleurs toujours importantes, en tout cas d'un point de vue symbolique, comme en témoigne l'exemple récent de Shanghai – trouvent par exemple un écho contemporain avec les grands événements que sont la Coupe du Monde de football ou les Jeux Olympiques (le cas de Pékin étant particulièrement significatif des profondes modifications urbaines que peuvent encore engendrer ces événements) : « si le XIXe siècle fut le siècle des Expositions Universelles, il semble qu'actuellement le vrai moteur du changement urbain par l'événement soit les Jeux Olympiques d'été et les Coupes du Monde de football. La bataille est rude et on ne s'étonnera pas de voir systématiquement candidates les plus grandes villes du Monde. Paris, ayant échoué pour les JO d'été de 1992 et 2008, a présenté à nouveau sa candidature pour 2012 au côté de La Havane, Istanbul, Leipzig, New York, Londres, Madrid, Moscou et Rio de Janeiro... L'échec entraîne la remise en cause de nombreux projets. L'événement apparaît de plus en plus un prétexte, le texte étant davantage le remaniement urbain que cela occasionnera et les effets induits à long terme, dans lesquels tourisme et loisirs sont des composantes fortes » (Duhamel, 2007). Les grands événements sont ainsi communément présentés comme des « outils » favorisant le développement du tourisme dans les métropoles, tant directement, par l'affluence plus ou moins importante et plus ou moins locale, qu'indirectement en servant la promotion du lieu et la construction de son image : ces événements deviennent des accélérateurs des transformations urbaines, nécessitant la requalification de friches, la restauration de bâtiments abandonnés jusqu'alors, la mise en place d'équipements et d'infrastructures (transports, hébergements, etc.), contribuant - dans une certaine mesure - à l'amélioration de l'espace public et du cadre de vie aussi bien des résidents que des touristes. Ils sont également de puissants leviers du changement de l'image de la métropole en tout cas de la démultiplication de son exposition médiatique et de l'accroissement de sa notoriété et visibilité au niveau mondial (Barcelone étant un exemple particulièrement illustratif des logiques à l'oeuvre). Il est important toutefois de remarquer à quel point ce sont moins les touristes (et encore moins ceux venant de l'étranger) qui sont véritablement concernés par ces événements, que la population locale, régionale, venant dans le cadre de ses loisirs.

En lien avec cette problématique des grands événements, l'une des perspectives les plus travaillées dans les études en tourisme concerne les « infrastructures » (Jansen-Verbeke, 1986 ; Law, 1993 ; Judd, 1995 ; Judd & Fainstein, 1999 ; Law, 2000 ; Law, 2002 ; Hoffman et al., 2003 ; Page & Hall, 2003 ; Spirou, 2011). Il a ainsi été démontré que de très nombreuses municipalités américaines ont tenté, par des investissements massifs – près de deux milliards de dollars sont dépensés annuellement dans les années 1990 par les gouvernements locaux pour des installations sportives et des centres des congrès – de développer cette dimension « touristique », à travers une perspective volontariste où l'offre précède la demande (Judd, 2003, p.2). Il ne s'agit donc pas là

d'un phénomène marginal et de quelques cas particuliers mais d'une véritable « lame de fond », 60% des villes américaines interrogées lors d'une enquête nationale possédant plusieurs de ces infrastructures (centre des congrès, infrastructures sportives, centre commerciaux, casino, salles de spectacles, etc.) qui deviennent ce que je propose d'appeler les *équipements récréatifs génériques* des métropoles. L'intérêt des chercheurs se focalise alors sur les effets de la construction d'infrastructures dans la dynamique urbaine des lieux. Dans ces travaux, c'est le jeu des investisseurs, des promoteurs et des politiques qui est au cœur de l'analyse à travers l'examen des montages financiers de ces projets, et le rôle de la gouvernance – i.e. les relations de pouvoir entre les acteurs publics et privés – dans le succès ou l'échec d'un tel programme. Le tourisme est envisagé comme la panacée pour faire face à la désindustrialisation : « at a time when many cities were struggling to adress the devastating effects of deindustrialization and urban decline this sector (urban tourism) becomes significant economic development strategy » (Spirou, 2011, p.XVII). Cette volonté des municipalités américaines (par exemple) de développer leur dimension touristique se repère notamment à l'importance des budgets qu'elles allouent à leur promotion : « A review of marketing budgets reveal significant spending patterns. In 2006, Chicago's Convention and Tourism Bureau's annual budget was \$14.5 million and Orlando's budget was set at \$40.8 million. However, both of these budgets are dwarfed in comparison to Las Vegas, the world's top Convention-hosting city. In 2006, Las Vegas maintained an annual tourism budget of \$227.8 million. That same year, half of Chicago's budget, approximatively \$7.7 million, was in the convention sales and marketing category. Los Angeles budgeted \$12 million and Atlanta \$10.4 million in this category » (Spirou, 2011, p.62).

1.2.3. L'urbanisation touristique des espaces métropolitains

Face à ce constat de la construction massive et récente d'infrastructures à vocation récréative, on peut alors se poser la question de savoir quels types de lieux cela a produit, quelles sont les conséquences spatiales de cette dynamique. Une posture répandue consiste à envisager les lieux touristiques des villes comme des enclaves. On note ainsi chez un certain nombre de travaux anglophones se référant au champ des Tourist Studies (Stansfield & Rickert, 1970 ; Getz, 1993 ; Pearce, 1998 ; Hannigan, 1998 ; Judd, 1999 ; Judd, 2003 ; Montgomery, 2003 ; Montgomery, 2004 ; Hayllar, Griffin & Edwards, 2008), une propension à limiter la présence du tourisme en ville à une seule zone exclusivement dédiée à cette activité. Leurs analyses reposant principalement sur la question des grands équipements – que l'on retrouve concentrés en un endroit de l'agglomération, à proximité du centre, selon une logique de cluster –, les différents auteurs postulent alors l'existence d'enclaves, de réserves touristiques dans les villes : « tourism promoters have reacted to the geographic proximity of tourist districts and impoverished, high-crime areas by constructing defensible spaces. Rather being woven into the existing urban fabric, hotel, and convention facilities, sports stadiums, restaurant districts, and downtown shopping malls are cordoned off and designed to cosset the affluent visitor while simultaneously warding off the threatening native. Private police, video surveillance, and architectural design all work to keep undesirables out of touristic "compounds" and "reserves" » (Judd & Fainstein, 1999, p.26). Cela se manifeste notamment par la mobilisation de tout un vocabulaire qui a pour but de véhiculer

cette idée : « bubble », « precinct », « district », « reserve », « defensible space », « enclave » sont autant de tentatives grammaticales pour exprimer un quartier touristique protégé, plus ou moins clos et fonctionnant d'une manière différente du reste de l'agglomération. Mais en quoi ce type de district constitue-t-il une « enclave » : y-a-t-il un accès restreint ? Un fonctionnement différent ? Une imperméabilité des pratiques ? C'est ce que suggère l'expression « tourist bubble » (Judd, 1999; 2003), l'une des propositions les plus reprises de cette perspective : « the tourist bubbles is like a theme park, in that it provides entertainment and excitement, with reassuringly clean and attractive surroundings (...) Tourist bubbles create islands of affluence that are sharply differentiated and segregated from the surrounding urban landscape » (Judd, 1999, p.39 & p.53). Une des caractéristiques essentielles serait ainsi la distinction radicale de ces lieux dits touristiques par rapport à l'espace urbain environnant, avec une séparation physique, un fonctionnement autre, des pratiques spécifiques et des codes particuliers.

On peut, dans un premier temps, apprécier cette perspective en la replaçant dans son contexte. Il convient de souligner que les études de cas envisagées sont principalement localisées aux Etats-Unis : cela sous-entend l'idée que les configurations urbaines sont marquées par un fonctionnalisme important, organisées selon une logique de zonage avec une franche séparation entre zones résidentielles et zones d'activités. De même, cela signifie qu'il y a une faible intervention publique : les projets de réhabilitation et d'aménagements urbains ne sont pas réalisés par des investissements publics mais par des financements privés, qui investissent sur un projet particulier et un périmètre restreint. Il s'agit d'une logique de requalification parcellaire de la ville, les investissements financiers, privés, concentrés sur une aire restreinte, participant du développement d'un différentiel urbanistique entre ce lieu et le reste de la ville : « the construction of tourist enclaves, which is the typical method of allaying the sense of threat, creates a sharply segmented urban space in the places that have been converted from sites of production to sites of consumption. The urban landscape comes to consist of fragments of development, each offering a scenic view or a set-piece tableau meant to evoke a romanticized version of urban life of the past » (Judd & Fainstein, 1999, p.12). La mise en tourisme, concrétisée notamment par des aménagements spécifiques, opère effectivement une distinction entre la zone rénovée et le reste de l'environnement urbain, tout en accordant une nouvelle valeur (également pour les résidents) à des centres des villes américaines longtemps laissés plus ou moins à l'abandon – inner city – par des classes moyennes (dont l'idéal résidentiel était le pavillon).

Cependant, d'importantes limites se dégagent de cette manière d'interpréter ces espaces comme des enclaves. Le premier élément à avancer est qu'il s'agit là d'une vision par trop matérialiste de l'espace, ces travaux accordant une place excessive aux infrastructures. C'est uniquement le cadre bâti qui est utilisé pour définir ces zones comme étant touristiques. Or, les infrastructures dont il est souvent question (i.e. les complexes sportifs, les salles de spectacles, centres de congrès, etc.) ne sont en réalité que très peu touristiques à proprement parler : la plupart des usagers de ces lieux sont des visiteurs présents pour des motifs professionnels et surtout des résidents. De ce point de vue, ces espaces ne correspondent pas à des « bulles » strictement réservées aux touristes mais sont des lieux ouverts habités par différentes populations et notamment par la société locale. C'est par exemple ce qui se dégage de certaines études mettant ce concept de « tourist bubble » à l'épreuve d'une étude empirique : « Boston does have one area exemplifying many features of the

so-called tourist bubble described by Judd (...) Yet, the complex, although physically set off from its environment on superblocks, does not segregate tourist activity from the city. It is surrounded by attractive neighborhoods and spectacular public spaces that bring visitors out into the streets, and it is also heavily used by locals for shopping, dining and entertainment » (Ehrlich & Dreir, 1999, p.163). Les auteurs observent ainsi qu'il n'y a pas de rupture entre le complexe et son environnement urbain mais plutôt une porosité entre les deux entités, les visiteurs faisant l'expérience de l'espace public, des lieux de shopping, de divertissements et de restauration fréquentés par les résidents. S'il y a bien une distinction matérielle entre ce type de district et le reste de la ville, reposant sur un aménagement urbanistique différent, il n'y a pas de ségrégation physique à proprement parler.

D'autre part, si l'on considère maintenant ce problème du point de vue des manières dont les touristes font avec de l'espace, on peut défendre l'idée, qu'en ville, ils ne restent pas enfermés dans une « bulle » mais, qu'au contraire, l'une de leurs aspirations principales serait de découvrir les différents quartiers d'une ville, de vivre à la manière des résidents – ne serait-ce qu'en adoptant le temps du séjour les habitudes de ces derniers. On peut aussi prendre, pour forcer le trait, les illustrations extrêmes de la mise en tourisme des bidonvilles (Rio de Janeiro) ou de quartiers sinistrés (Nouvelle Orléans) pour défendre cette idée qu'il n'y a pas une volonté de rester « entre soi » de la part des touristes, mais aussi une recherche d'une certaine altérité. C'est ce qui ressort d'une enquête effectuée à Londres. L'élément principal en est la faible importance de ces « bulles » dans l'expérience touristique des individus : « whilst the areas do have conventional tourist attractions, the facilities that interviewees mentioned were much more likely to part of a landscape of everyday consumption – pubs, cafes, clubs, shops and good transportation facilities – made interesting because they had unfamiliar elements or were seen as a real part of life in the city » (Maitland & Newman, 2008, p.234). Les touristes ne souhaitent donc pas, en ville, être isolés et protégés dans des enclaves mais veulent au contraire se confronter et participer à la vie de la société locale : « désormais, les loisirs des citadins sont clairement devenus une "attraction" touristique: se fondre dans la foule des habitants du lieu, avoir l'illusion de vivre la même ville dans le même temps, est assurément l'un des ressorts de la fréquentation actuelle des métropoles » (Knafo, 2007, p.20). Les lieux touristiques sont pratiqués par des populations diverses et pas uniquement par les touristes, puisque « même dans les quartiers les plus touristifiés, peu de lieux sont à l'usage exclusif des publics touristiques. Lieux de croisement et d'échange par excellence, elles font coexister des publics différents qui pratiquent des équipements et assistent à des événements identiques de manière différenciée » (Gravari-Barbas, 2011, p.330). Ces extraits défendent ainsi une position sensiblement différente de celle adoptée par les tenants de « l'enclave » : un lieu touristique ne serait pas une réserve, un lieu fermé et cloisonné, mais au contraire un espace caractérisé par une diversité plus élevée.

Enfin, il est effectivement possible de distinguer, au sein même des centres-villes, des lieux plus touristiques que d'autres : « car si, désormais, les touristes s'aventurent partout, y compris dans des espaces peu touristiques, l'essentiel de leurs fréquentations s'effectue dans des périmètres aisément délimitables, au-delà desquels leur présence disparaît rapidement » (Duhamel & Knafo, 2007). Le concept de Central Tourist District est une proposition plus nuancée et plus subtile de cette réalité en étant le descripteur (du système) des lieux les plus fréquentés par les touristes : « le CTD peut ne pas être constitué d'un lieu unique et ne pas se présenter sous une forme compacte:

l'espace touristique central est généralement beaucoup plus étalé, voire plus étiré selon une direction dominante. De plus, il présente aussi la spécificité de ne pas être identifiable par un paysage spécifique (la forêt de tours pour le CBD), mais de devoir son identité à la présence significative et donc aisément repérable des touristes. Autrement dit, le CTD est avant tout l'espace des pratiques touristiques affirmées, qui cumule lieux de visite, de déambulation, d'achat, de restauration et, pour partie, de résidence » (Duhamel & Knafo, 2007). Si le terme est relativement proche de ceux évoqués juste avant, c'est donc une perspective sensiblement différente qui est proposée là, l'accent étant mis non pas sur les infrastructures et sur l'urbanisme mais sur la présence des touristes. C'est la concentration importante de ces derniers qui serait alors le marqueur principal de lieux touristiques dont il serait généralement difficile de dessiner le contour précis. Tout l'enjeu serait véritablement de comprendre comment ces limites, ces effets de seuils (pourquoi l'on passe sans transition d'une rue pleine de monde à une autre presque vide), sont agencés par les différents acteurs en présence. Aussi, il serait préférable de ne pas poser des « zones touristiques » a priori mais bien de savoir comment et dans quelle mesure les pratiques des touristes délimitent ou non des espaces spécifiques, en tout cas identifiables. En se limitant aux aspects morphologiques, l'on s'empêche de saisir la complexité des limites et frontières à la fois instituées par les acteurs publics et privés (taxes, projet d'urbanisme, etc.), par les différentes réglementations (classements en zone historique, au patrimoine mondial de l'humanité, etc.), par des aménagements urbains (pavés, zones piétonnes, etc.) mais surtout celles posées par les touristes eux-mêmes (leurs pratiques dégageant parfois des périmètres distinctement repérables). Une analyse plus fine de cette question nécessite de travailler notamment sur les opérations spatiales de délimitation et de franchissement (Lussault, 2007) effectuées par les différents protagonistes.

1.2.4. Le « recreational turn » des métropoles

Si cela n'est pas - ou peu - explicitement présenté de la sorte dans ces travaux, on peut cependant envisager ces transformations comme l'une des modalités possibles par laquelle la dimension touristique, plus largement la sphère du divertissement et de la recreation, contribue à l'urbanisation (entendue ici comme augmentation des réalités sociétales présentes – il y a plus de bâtiments – et la mise en valeur de l'espace public) des métropoles. Dans de nombreux cas, le développement du tourisme est ainsi utilisé par les politiques comme un levier de requalification et de mise en valeur de quartiers délabrés, de friches industrielles : « l'effet le plus visible de la hausse du tourisme concerne la modification du paysage urbain. En effet, les efforts pour attirer les visiteurs ont donné lieu à une esthétisation et à une régénération de certaines parties des villes. Des quartiers touristiques ont été créés. Des quartiers désaffectés et d'anciens bâtiments industriels ont vu leur patrimoine revalorisé et réhabilité en musées, galeries d'art, boutiques, cafés et lofts, tandis que les centres historiques réaménagés, ont vu de nouvelles activités s'implanter derrière leurs façades. » (Maitland, 2008). Le changement de valeur de l'espace induit par la mise en tourisme permet dans le même temps la légitimation des programmes de réhabilitations urbaines mis en place par les pouvoirs locaux. Le tourisme s'inscrit alors au cœur du discours des différents acteurs institutionnels. Cette tendance, très actuelle, atteste de la participation de plus en plus prégnante de la sphère de la recreation dans l'évolution de l'urbanité des métropoles : c'est un « facteur significatif de remodelage des espaces urbains accueillant des

populations plus diverses, voire comme un facteur important de la constitution métropolitaine de plusieurs villes françaises (...) trois stratégies principales ont servi de support au développement touristique des villes françaises au cours des dernières années et qui, loin d'être exclusives, se combinent souvent de manière cumulative : la mise en valeur du patrimoine culturel, la construction d'équipements iconiques et le lancement de grands événements » (Gravari-Barbas, 2011, p.326). Le tourisme est plus que jamais un « formidable producteur d'espaces urbains » (ibid.). Qui plus est, cette dynamique peut également s'effectuer de façon « spontanée », par le biais d'un « détournement touristique » de nouveaux bâtiments (par exemple), les touristes investissant des monuments ou événements qui ne leur étaient pas destinés à l'origine pour eux, comme cela se passe pour l'Arche de La défense, la BNF et Paris-plage pour reprendre des exemples de la métropole parisienne.

On peut effectuer un pas supplémentaire dans le sens de ce constat et souligner le fait que le tourisme ne produit pas n'importe quel type d'espaces urbains mais l'urbanité la plus élevée. En effet, ce ne sont pas tous les lieux qui sont concernés par le tourisme mais principalement les centres-villes : « schématiquement, on pourrait résumer le tourisme en ville comme la fréquentation des centres de ville par des périurbains (...) le centre de ville, au moins en Europe, offre un foncier de plus en plus coûteux, donc de moins en moins accessible à la majorité des habitants pour un établissement permanent. Visiter touristiquement une ville, c'est-à-dire principalement un centre de ville, c'est donc trouver ou retrouver un accès à de la centralité » (Knafou, 2007, pp.12-13). L'investissement touristique peut être appréhendé comme un élément majeur de la reconfiguration de la centralité des métropoles et donc du processus d'urbanisation de ce type de lieu : la dimension touristique implique, provoque, une dynamique centripète. Une hypothèse forte découle de ce constat de la valorisation touristique des centres : le tourisme impliquerait à la fois un retour au centre, mais également un retour du centre.

Le « retour au centre » s'exprimerait par la présence retrouvée de populations (notamment les classes moyennes et aisées) ayant longtemps délaissé ce lieu au profit des banlieues: cela correspond à un changement du regard que les sociétés portent sur ce type d'espace. Plus que le simple regard, on peut considérer le mode d'habiter touristique comme étant une nouvelle façon de vivre (de façon temporaire) en centre-ville pour l'ensemble des classes sociales : après des décennies de sub- et péri-urbanisation, il correspondrait à une appropriation provisoire d'un espace apprêté toujours davantage par et pour la recreation, avec relativement peu d'habitants permanents (les résidents) et relativement beaucoup d'habitants temporaires. Les centres-villes ne sont plus accessibles seulement par un petit nombre de personnes mais potentiellement investis par l'ensemble des populations, et empreints d'une très forte mixité sociale, où l'exposition à l'altérité est temporaire mais toujours élevée et puissante (Knafou, 2007). D'autre part, la pratique touristique permettrait aux individus de changer régulièrement de centre-ville : contrairement aux situations passées où les citadins se contentaient d'un seul centre, celui où ils résidaient, les individus contemporains font l'expérience de multiples situations de centralité, diminuant la routine et accentuant la diversité. Cet investissement démographique s'accompagnerait parallèlement d'un « retour du centre » selon un aspect plus matériel : ce lieu reviendrait au coeur des préoccupations de la société locale, en faisant l'objet d'une nouvelle mise en valeur, notamment par les politiques urbaines et les investissements privés. La volonté des acteurs politiques et économiques d'une métropole de développer la dimension touristique reposerait (ce

serait une conséquence tout autant qu'une condition indispensable de la présence de ces nouvelles populations) sur la régénération des centres-villes (*downtowns*) à travers un urbanisme reposant sur des figures urbanistiques en lien avec la sphère de la récréation, tendance que l'on a pu constater de manière particulièrement impressionnante pour les métropoles américaines mais concernant plus largement toutes les métropoles du Monde.

L'expression *recreational turn*¹⁶ (Stock, 2007) permet de synthétiser cette dynamique en insistant sur le fait, qu'aujourd'hui, un nombre toujours croissant de métropoles sont façonnées par la sphère de la récréation : il s'agit là d'un changement radical de la façon dont ces lieux sont agencés. Le système touristique, autrefois annexe et résiduel, a une importance croissante dans le fonctionnement de ces espaces urbains et devient un élément fondamental de leur dynamique (spatiale, économique) : « "Recreational turn" is therefore an expression that tries to back up the hypothesis that greater importance is given to different forms of recreation in contemporary society, particularly in European cities. The fundamental idea is that of a change in the quality of the urban space affected by recreation. European cities develop a new quality by the relatively increased importance of recreation and, more specifically, of tourism. The quality of urbanness largely depends on the presence of tourists, of tourist-related business and of images informed by tourism. A "real" city – a place defined by a certain quality of urbanness – is essentially defined by its touristic quality » (Stock, 2007). L'argumentation déployée ici est forte puisque le tourisme devient l'élément essentiel de la définition de la « vraie » ville : sans tourisme, une ville ne serait pas une ville en quelque sorte. Cela mérite deux précisions. Tout d'abord, il me semble que cette tendance concerne plus exactement les métropoles. Ensuite, et comme indiqué dans le texte, ce n'est pas tant la définition de la « vraie » métropole, que la question de l'urbanité des métropoles qui est en jeu. On peut alors reformuler la proposition en avançant l'idée que l'urbanité d'une métropole sera d'autant plus forte que le sera sa dimension touristique. En effet, les incidences de ce *recreational turn* sur l'urbanité de ces lieux s'exprimeraient à travers quatre principales manifestations correspondant i) à la présence de touristes dans des lieux, ii) à la volonté des autorités et entreprises locales d'accueillir un nombre toujours plus important de touristes, iii) au rejet du tourisme par la population locale et iv) au développement, par les sociétés, d'un « schéma d'interprétation général » du Monde - un « regard » au sens foucaldien - basé sur le tourisme (Stock, 2007). L'apport principal de cette hypothèse d'un tournant récréatif est ainsi de souligner le fait que les métropoles sont toutes dorénavant concernées (potentiellement ou effectivement) par les pratiques touristiques, que toutes essayent de développer le tourisme. Si cette propension a été restreinte dans un premier temps à l'Europe, on peut proposer l'idée que cette tendance concerne maintenant l'ensemble du Monde, de nombreuses métropoles aux Etats-Unis, en Chine, en Amérique du Sud, etc. étant traversées par ce processus : « le tourisme est indissociable de la façon dont les villes envisagent leur statut et leurs sources de revenus. D'anciennes villes industrielles et tout un ensemble de cités historiques rivalisent désormais avec des capitales et des villes d'art telles que Paris ou Venise dans la course au nombre de visiteurs. Les bouleversements de l'économie mondiale obligent les villes à faire preuve d'inventivité pour rester dans la concurrence et ont accru leur désir d'attirer des visiteurs ainsi que de nouveaux types d'investissement » (Maitland, 2008).

¹⁶ L'intérêt de cette formulation est de mettre en avant la dimension récréative d'une manière générale, en ne se limitant pas au tourisme, qui n'est qu'une modalité parmi d'autres d'une dynamique plus large.

1.2.5. Conclusion

Cet investissement massif implique des effets considérables sur la dynamique urbaine des métropoles, avec un réagencement fondamental de l'espace. L'urbanité des métropoles change par le tourisme : il y a un apprêtement spécifique de ce type de lieu qui en modifie profondément le fonctionnement. Il n'est alors pas inutile de savoir si la métropole constitue un lieu touristique d'une autre qualité. Peut-on parler de « métropole touristique » ?

1.3. La « métropole touristique », un lieu aux pratiques diversifiées

Les deux premières sections ont servi à souligner l'importance touristique des métropoles et l'importance du tourisme pour les métropoles. Mais à quel type de lieu touristique correspondent les métropoles ? Pour caractériser cette importance touristique des métropoles, on peut s'interroger sur la pertinence de l'utilisation du concept « métropole », concept employé dans les études urbaines pour qualifier un « espace urbain qui, tout en permettant la participation des acteurs aux processus d'échelle mondiale, reste une société locale » (Dagorn, 2003). Il souligne la centralité – « les définitions de "métropole" insistent toujours sur les fonctions de commandement comme éléments essentiels » (ibid.) – d'une aire urbaine, considérée alors en tant que lieu, cette centralité pouvant opérer à l'échelle régionale, nationale ou mondiale, comme le suggère Guy Di Méo (1995)¹⁷. Mais ce concept a-t-il vraiment sa place dans les études en tourisme ? Le concept de « métropole touristique » est-il pertinent pour définir un type de lieu touristique spécifique ? Ou la métropole n'est-elle finalement qu'une modalité parmi d'autres de la « ville touristique » ?

1.3.1. La métropole, une « grande ville » touristique ?

Il convient tout d'abord de constater que le concept « métropole touristique » a très peu été utilisé de façon explicite¹⁸ jusqu'à maintenant dans les travaux en études du tourisme : la plupart des auteurs préfèrent en effet utiliser le terme « ville touristique » - *tourist city* - (Law, 1993 ; Law, 1996 ; Cazes & Potier, 1998 ; Van Den Berg & al., 1998 ; Judd & Fainstein, 1999 ; Lozato-Giotard, 2000 ; Cocks, 2001 ; Law, 2002 ; Judd, 2003 ; Hoffman & al., 2003 ; Duhamel, 2007 ; Stock, 2007 ; Hayllar, Griffin & Edwards 2008). L'expression « grandes villes » (*large cities*) est parfois utilisée dans certains travaux des *tourist studies* pour caractériser, par exemple, les agglomérations de plus d'un million de personnes (Law, 1996 ; Lozato-Giotard, 2000). Il s'agit bien souvent - et c'est une première limite de cette posture - d'une décision posée arbitrairement,

¹⁷ di Méo, G. (1995). "Les métropoles des pays développés", in Bailly A. Ferras R., Pumain D. (dirs.), *Encyclopédie de la géographie*.

¹⁸ Blank and Petkovitch, 1987 ; Gérardot, 2009 ; Simon, 2011

d'un seuil fixé aléatoirement¹⁹ : aussi, la question de savoir en quoi ce chiffre permet d'établir une discrimination pertinente entre deux types de lieux reste encore à résoudre. Si l'on accepte malgré tout l'idée que la masse démographique est un critère à prendre en compte, alors faudrait-il le prendre au sérieux, ce qui ne semble pas être le cas : « however, much of what is written in this book is applicable to smaller cities, one that have half a million population, and perhaps some of even a quarter of a million. » (Law, 1996, p.2). En effet, de façon commune aux nombreux travaux portant sur le tourisme dans ce type de lieux (cf. les études de cas des ouvrages collectifs dirigés par Judd & Fainstein, 1999²⁰ et Hoffman & al., 2003²¹ entre autres), cette caractéristique n'est pas posée comme problème. Il s'agit plus d'étudier les conséquences du tourisme dans une grande ville, comme cela pourrait être effectué sur des villes plus petites, et non sur les conséquences éventuelles que pourraient avoir la taille d'un lieu sur sa dimension touristique ou encore sur les manières dont les dimensions touristiques participent ou non de l'importance de l'agglomération, voire d'ouvrir le débat sur l'éventuel caractère particulier et distinctif de la dimension touristique des « grandes villes » par rapport aux autres types d'organisations urbaines. De même, le lien entre cette dimension touristique et cette qualité spécifique d'espace qu'est la métropole n'est pas abordé dans l'article au titre pourtant explicite « Tourism in US Global Cities » (Gladstone et Fainstein, 2001) dans lequel l'analyse se focalise uniquement sur la répartition spatiale de cette dimension touristique dans les global cities que sont New York et Los Angeles et sur les conséquences par rapport au marché du travail dans le secteur hôtelier. Il s'agit de décrire ces aspects de la dimension touristique au sein de ces deux agglomérations et non de comprendre comment le tourisme participe de la dimension mondiale de ces lieux.

L'une des rares véritables proposition de définition de la métropole touristique a été avancée par David Gladstone (1998) qui s'intéresse aux lieux spécialisés dans le tourisme des Etats-Unis à partir du critère du nombre d'emploi dans l'industrie relative au tourisme : « to describe the character of tourism urbanization in the United States, I first identified those metropolitan areas most dependent on tourism. Using census data on metropolitan statistical areas (MSAs), I calculated a series of location quotients for all MSAs based on employment in entertainment and recreation services » (Gladstone, 1998, p.6). En fonction de l'écart de certaines villes par rapport à la moyenne nationale, il distingue alors deux types de lieux (tableau n°3). Ce classement est original dans la mesure où il dégage une spécialisation touristique des organisations urbaines : les lieux qualifiés ici de « métropole touristique » ne correspondent pas à des métropoles mais plutôt aux lieux les plus touristiques. Cette typologie est cependant problématique à plus d'un titre : de par le choix des termes utilisés, cette analyse laisse tout d'abord implicitement entendre que le tourisme n'est présent que dans cette douzaine de villes. Or, le tourisme est présent dans de très nombreuses villes, mais à des degrés divers. De plus, le critère de sélection choisi n'est sans doute pas le plus pertinent : « l'industrie relative au tourisme » renvoie à de nombreuses autres dimensions qui n'ont pas grand-chose à voir avec le tourisme.

¹⁹ Hors de toute considération touristique, le seuil de 2 millions de personnes a aussi été avancé pour définir les « grandes villes », choix justifié par le fait que ce nombre n'aurait jamais été atteint avant Londres en 1842 (Moriconi-Ebrard, 2000).

²⁰ Prague, Jerusalem, Boston, Las Vegas, Cancun, Orlando/Disneyworld

²¹ Berlin, Mexico, Montréal, Los Angeles, New York, Barcelone, Amsterdam

Tableau n°3 :
Typologie des lieux spécialisés dans le tourisme aux Etats-Unis d'Amérique

Nombre d'emplois dans le secteur du « tourisme » :	Villes concernées :	Type de lieu :
3 fois supérieur à la moyenne nationale	Atlantic City, Las Vegas, Reno, Orlando	Tourist Metropolises
entre 30% et 150% supérieur à la moyenne nationale	Los Angeles, Daytona Beach, Fort Myers, Fort Pierce, Lakeland, Naples, Panama City, Sarasota and West Palm Beach	Leisure Cities

Source: réalisé à partir de Gladstone, 1998, p.6

Enfin, on peut s'étonner à la fois de l'occultation de Los Angeles de l'analyse (pour le fait qu'elle vient contredire le modèle avancé) et de l'absence de New York (entre autres) dans ce classement alors qu'il s'agit d'un lieu très touristique : quel type de lieu touristique serait New York ? Inversement, Atlantic City, classé comme « métropole touristique », semble plutôt correspondre à un lieu de divertissement, la grande majorité (90%) des visiteurs étant des visiteurs réguliers du lieu qui ne séjournent pas mais restent pour une journée, sans doute en fin de semaine, comme tend à rapporter l'enquête réalisée à cette époque²². Le problème de définir, en tant que lieu touristique, le type de lieu urbain que représente la métropole reste donc entier.

L'une des solutions à ce problème serait de qualifier les métropoles de « ville touristique ». Il est en effet possible d'utiliser ce concept à un haut niveau de synthèse, pour désigner un lieu non pas créé par et pour le tourisme, mais où ce dernier est venu s'ajouter à une organisation sociétale déjà diversifiée, cette insertion pouvant se réaliser de deux manières : par une *subversion* du lieu lorsque l'économie locale connaît des difficultés (pour aboutir à une ville touristifiée) ; par une *diversion* du lieu, lorsque le tourisme vient compléter l'activité économique déjà présente (Stock et al., 2003, p.44). En tant que lieux touristiques, les agglomérations sont ainsi qualifiées selon des déclinaisons de la notion de « ville ». Dans cette typologie (cf. tableau n°3), les lieux que l'on pourrait considérer comme des métropoles (« toutes les grandes villes du monde ») sont ainsi regroupés, à un haut niveau de synthèse – c'est-à-dire du point de vue de la « genèse touristique » du lieu et du « fonctionnement de sa dimension touristique » –, sous la même catégorie de « ville à fonction touristique »²³. Mais ne perd-on pas, ce faisant, un degré de précision trop important ? L'utiliser de façon générique reviendrait à regrouper un ensemble de situations spatiales qui n'ont pas grand-chose à voir les unes envers les autres. Cependant, l'expression *métropole touristique* n'est apparemment pas jugée suffisamment pertinente pour en faire un type de lieu touristique spécifique, tout du moins il ne reflèterait pas une situation particulière.

²² Le lien suivant permet d'avoir accès à un rapport sur le profil des visiteurs d'Atlantic City en 1998 : <http://www.atlanticcitynj.com/about/stats.aspx>

²³ L'utilisation de la notion de « fonction » pouvant donner l'impression d'une réduction de l'importance de la dimension touristique à une simple activité.

Tableau n° 4 :
Extrait de la typologie des lieux touristiques

	Type de lieux	Mise en tourisme	Fonctionnement	Exemples
Lieux investis par le tourisme	Ville ou village touristifié	Subversion du lieu par le tourisme devenu la fonction essentielle	- Structure spatiale originelle patrimonialisée et subvertie par le tourisme - Fonction d'hébergement située soit au cœur du lieu soit en périphérie - Cœur du lieu concentre l'essentiel des flux	- Megève - Saint Tropez - Venise - Bruges
	Ville ou village à fonction touristique	Insertion d'une fonction touristique dans l'espace	Insertion d'une fonction touristique sans modification fondamentale de la structure urbaine ; caractérisé par une fonction de séjour et de passage	- Paris, Londres, Rome, et toutes les grandes villes du Monde
	Ville ou village étape	Fonction touristique limitée à l'hébergement	Insertion d'une fonction touristique sans modification fondamentale de la structure urbaine	- Beaune - Tours - Füssen
	Ville – station	Juxtaposition d'un quartier touristique de type station (créé par et pour le tourisme) à un noyau ancien avec agglomération	- Persistance d'une polyfonctionnalité au sein d'une même entité - La fonction d'hébergement est essentiellement concentrée dans la partie station de la ville - Dichotomie spatiale, deux modes/formes de développement	- Les sables d'Olonne - Agadir - Menton - Royan - Palma Majorque - Nice

Source : MIT, 2002, p.222

Il semble en effet peu probable que le rôle du tourisme dans l'origine du lieu diffère de celui joué dans le cas de la ville : la métropole ne correspond pas à un lieu créé par le tourisme, mais où ce dernier s'est inséré. Mais qu'en est-il du fonctionnement de la dimension touristique de ces lieux ?

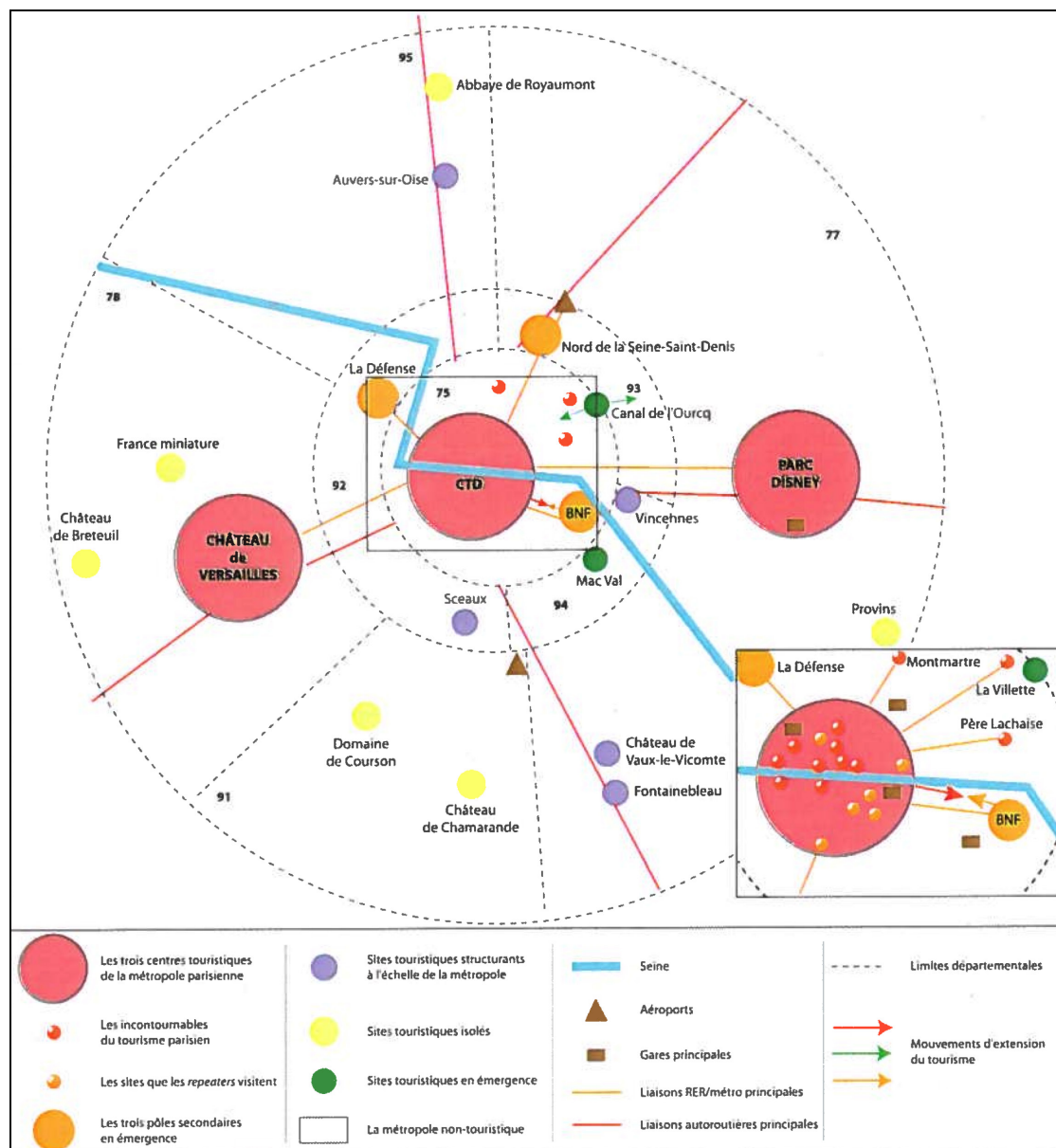
1.3.2. La métropole, un lieu au fonctionnement touristique spécifique

Une réflexion particulièrement stimulante sur cet aspect a été initiée, à partir du cas de la métropole parisienne, à travers la proposition de dégager plusieurs échelles de fréquentation de l'espace par les touristes: « pour le gros des touristes séjournant à Paris, il y a clairement trois à quatre niveaux de fréquentation : le CTD accessible à pied ; le reste de l'espace parisien accessible par le métro ; le reste de l'espace francilien accessible par le RER ; enfin, les autres lieux, français

ou étrangers accessibles à partir des gares et aéroports parisiennes, le plus souvent pour la journée » (Duhamel & Knafo, 2007). Les niveaux trois et quatre correspondent alors justement à celui des excursions métropolitaines : « à partir de l'hypercentre touristique et de ses marges, les touristes venus à Paris peuvent explorer – le plus souvent à la journée – de nombreux autres lieux, en France comme dans les pays voisins car Paris, comme les autres métropoles internationales est une base d'accès à des lieux de nature et de taille très différente, selon le motif de la visite. Pour une excursion limitée à quelques heures, les lieux proposés à la visite appartiennent à la catégorie des trois étoiles du Guide vert Michelin (...): Versailles, Giverny, le Château de Fontainebleau, Barbizon ou Chartres peuvent être visités en une grosse demi-journée. Quatre à cinq heures sont consacrées à ces lieux, voyage compris. (...) Au-delà de la demi-journée, on peut atteindre des nombreux lieux en empruntant l'une des gares parisiennes, un car pour faire une excursion voire, plus rarement, prendre l'avion. Tout cela délimite un autre espace touristique métropolitain » (Duhamel & Knafo, 2007). Cette intuition (établie à partir d'un rapide dépouillement de brochures et d'une observation empirique dans le cas de la maison de Claude Monet à Giverny) mériterait d'être approfondie et testée empiriquement. Cette autre acception du terme « métropole touristique » le fait alors correspondre non pas aux lieux les plus spécialisés et dépendants du tourisme mais aux lieux (suffisamment importants) à partir desquels les touristes ont la possibilité (il s'agit d'une potentialité et non de quelque chose de systématique) d'effectuer des excursions. On retrouve cette perspective dans la proposition de typologie des lieux touristiques de Paris proposée par Maie Gérardot (2010) : on y distingue trois centres touristiques, des pôles secondaires, des sites satellites structurants à l'échelle de la métropole, des sites touristiques isolés, des sites satellites en émergence et les lieux « non touristiques » (Gérardot, 2010, p.333). Cette typologie est très clairement schématisée dans la figure suivante (illustration n°3). Si l'auteure conclut « que le tourisme peut être à la fois un acteur et un reflet de la métropolisation, parce qu'il peut créer de nouvelles centralités métropolitaines, ou bien renforcer des centralités métropolitaines » (Gérardot, 2010, p.334), cela ne reste toutefois qu'au stade de l'hypothèse dans la mesure où les implications et la réalisation effective de cette situation par les touristes (pour évaluer l'importance de ces différents lieux dans le fonctionnement touristique de la métropole) n'est pas véritablement démontrée empiriquement²⁴. Par rapport aux développements précédents, une façon de discriminer la « métropole touristique » de la « ville touristique » pourrait donc être la réalisation d'excursions. Cependant, ce critère de l'excursion ne va pas de soi. Tout d'abord, il semblerait que les touristes continuent, par leurs pratiques, de plébisciter massivement le centre-ville : « généralement, dans le cas des aires métropolitaines et des agglomérations urbaines, l'essentiel de la fréquentation concerne la ville-centre et quelques points situés en périphérie plus ou moins lointaine, à l'instar de Paris. Les monuments comme nombre de musées se situent sur l'axe de la Seine avec quelques « extériorités » telles que Montmartre, l'Etoile, La Villette ou encore le Père Lachaise. Mais un grand nombre de touristes français ou étrangers se rendent une journée à Disneyland, à Fontainebleau ou à Versailles. La capitale concentre la quasi totalité des hébergements, même si un hôtel existe à Gentilly (Val-de-Marne) depuis les années 1970 » (Stock et al., 2003, p.69).

²⁴ L'analyse se focalise ensuite, pour tenter l'application d'une méthode de rythmanalyse, sur la ville-centre avec la Tour Eiffel et la BNF, les berges d'Asnières-sur-Seine, comme exemple de « lieu non-touristique ».

Illustration n°3 :
Schématisation des lieux touristiques de la métropole parisienne



Source : Gérardot, 2009, p.121

Cette concentration des pratiques dans l'hyper-centre est confirmée par Gwendal Simon (2010) dans sa comparaison entre des touristes backpackers et des touristes utilisant un voyage organisé à Paris :

« pour les backpackers, l'hypothèse d'un rapport peu standardisé à l'univers touristique est à remettre en cause. Ce qu'apporte l'analyse empirique est la mise à jour d'un « projet » moins divergent des formes touristiques institutionnalisées que prévu. En effet, les backpackers affichent une expérience touristique à la fois moins idéologisée et plus composite qui nuance la perspective uniforme d'une découverte de la ville à l'écart des grands circuits touristiques. Nos résultats confortent les positions faisant de cette population des touristes assez « conventionnels » et relativement peu dissidents face au tourisme de masse (hors ses formes les plus criantes) » (...) Dans le cas des pratiques liées au tour-opérateur, la « résistance » de Paris s'explique par une conformité initiale plus importante avec les formes traditionnelles du tourisme à Paris. Sur ce point, le cadre initial du « projet » (un programme classique) concorde, pour une bonne part, avec les pratiques observées. De même, le cadre urbain parisien est aussi manifeste que pour les backpackers : polarisation des imaginaires sur un espace limité, force structurante des formes urbaines dans la mobilité et la découverte de la ville, etc. Mais la « résistance » de Paris est agissante sous une autre forme. En effet, l'importance de l'investissement dans le centre parisien est également la conséquence *d'un contact très apprécié avec l'urbanité*. (celle-ci) opère pour ce « projet » comme un facteur attractif, notamment par la différence qu'elle active avec l'univers quotidien en Finlande. Il y a là, contrairement à ce que nous annoncions en minimisant le facteur national (l'appartenance finlandaise), un élément actif dans les pratiques de la ville. La flânerie anonyme, le contact avec la foule, le spectacle de la ville, l'attention aux formes de la diversité – globalement plus appuyés et récurrents que pour les backpackers – nourrissent le sentiment du divers et de l'extra ordinaire. (Simon, 2010, pp.574 et 576, souligné par moi).

Cela sous-entend que l'espace des pratiques touristiques de la métropole parisienne serait quasiment identique pour les deux catégories, pourtant *a priori* très différentes, envisagées dans cette recherche et correspondrait au centre-ville de cette agglomération (les excursions étant apparemment limitées). De plus, la durée des « séjours touristiques » au sein d'une métropole étant relativement courte, cela laisse peu de temps aux visiteurs pour effectuer des excursions. Enfin, on peut également imaginer que les touristes peuvent effectuer des excursions aussi à partir d'autres lieux que les métropoles²⁵, ce qui n'en ferait pas un critère distinctif de ces dernières. De façon alternative on peut avancer l'idée que les lieux correspondant aux *villes à fonction touristique*, (i.e. les métropoles) sont des lieux polyfonctionnels où « la logique touristique est le mieux alimentée par d'autres types de mobilités : voyage d'affaires, congrès, séjours étudiants... Il s'agit d'espaces métropolitains qui cumulent tous les attraits et toutes les forces du faire d'une histoire longue et riche. » (Stock et al., 2003, p.68). Les métropoles disposeraient ainsi d'un large éventail de possibilités et d'une offre variée pour accueillir différents types de visiteurs. On retrouve une analyse similaire dans la réflexion sur ce que certains chercheurs ont nommé les *World Tourism Cities*: « (World Tourism Cities) are large polycentric cities offering a range of experiences and, as visitors move between and around established centers, they offer apparently

²⁵ Les responsables du tourisme à Montreux m'ont ainsi rapporté, au cours d'une rencontre avec eux, l'expérience d'un groupe de touristes américains ayant utilisé ce lieu comme « base » (à travers la fonction d'hébergement) pour effectuer des excursions journalières partout en Europe (Disneyland, Milan, Zurich, etc.).

seamless opportunities for adding new desirable places to explore to already crowded and diverse tourism possibilities. They are multi-functional cities well located in global circuits of both money and people. The idea of the world tourism city contrasts, however, with monocentric, less diverse but equally well known and well connected cities such as Venice or Las Vegas. Our idea of world tourism cities includes cities with substantial historical assets and iconic buildings, that are also centres of cultural excellence and, arising from their roles in global business networks, generate large numbers of business visitors in addition to those tourists attracted by tradition and cultural images. This groups of cities is relatively rich, polycentric, multi-functional, culturally diverse and enjoys large flows of visitors. The characteristics of world tourism cities have another important consequence. The multiple social, physical and economic assets and polycentric spatial structures open up opportunities for tourism to develop away from traditional attractions and for visitors to discover new attractions of the beaten track » (Maitland, 2008, p.2). La masse et l'hétérogénéité qui constituent (entre autres) ces agglomérations leur procureraient d'une certaine manière un avantage comparatif : la ressource « lieux disponibles pour la mise en tourisme » y serait beaucoup plus importante qu'ailleurs, cela impliquant une diversité très importante des pratiques touristiques possibles. C'est ce que semble synthétiser le tableau suivant :

**Tableau n°5 :
Une proposition de définition de « métropole touristique »**

Type	Situation prétouristique	Mise en tourisme	Fonctionnement
Métropole	Métropole / ville	Subversion partielle des lieux par le tourisme	<ul style="list-style-type: none"> - Polyfonctionnalité. - Patrimonialisation et subversion de la structure spatiale originelle. - Extensions liées au tourisme. - Fonction d'hébergement importante.

Source: Gérardot, 2009, p.92

On constate ainsi comme éléments distinctifs du fonctionnement touristique de ce type de lieu la possibilité d'effectuer des excursions (que l'on retrouve ici sous le terme d'« extensions »), la présence d'une fonction d'hébergement importante (nous avons pu constater dans les sections précédentes de ce chapitre le différentiel en termes de capacité d'accueil entre les différentes métropoles) et la diversité des pratiques possibles, ici nommée *polyfonctionnalité*. Seules les métropoles disposeraient de cette variété en terme d'offre : visiter des musées de rang international, assister à des évènements culturels ou sportifs, admirer la monumentalité des bâtiments historiques aussi bien que des constructions les plus modernes, faire du shopping dans des magasins rares, profiter des aménités urbaines, etc. sont autant de pratiques que les touristes pourraient réaliser au sein d'une seule et même métropole.

Tableau n°6 :
L'hypothèse d'un critère supplémentaire pour la typologie des lieux touristiques.

	Capacité d'accueil	Population résidente	Fonctions urbaines diversifiées	Fonctions touristiques diversifiées
Site	–	–	–	–
Comptoir	+	–	–	–
Station	+	+	–	–
Ville	+	+	+	–
Métropole	+	+	+	+

Modifié à partir de Stock (coord.) et al., 2003

Si l'on suit cette idée on pourrait, dans l'objectif de distinguer la « métropole touristique », proposer d'ajouter le critère « fonctions touristiques diversifiées » à la typologie (cf. tableau n°6) des lieux touristiques dégagée par l'Equipe MIT (1997 ; 2002 ; Stock et al. 2003). Les « villes touristiques » correspondraient alors à des agglomérations qui ne disposeraient pas de cette diversité de l'offre en matière de pratiques touristiques, en étant monofonctionnelle d'un point de vue touristique, la *Tourist-Historic City* (Ashworth & Tunbridge, 1990) en étant une des modalités possibles.

1.3.3. Conclusion

Cette réflexion sur l'analyse de la définition d'une métropole en tant que lieu touristique, loin d'être purement rhétorique, nous oblige à considérer le problème de la *qualité d'espace*, c'est-à-dire à envisager « l'ensemble des caractéristiques essentielles d'un espace, ce qui lui est propre, par rapport à un usage, une stratégie donnée » (Brunet, cité in Stock, 2004). Définir un lieu, c'est, dans une démarche synthétique, caractériser l'agencement résultant de l'ensemble des actions réalisées par les acteurs concernés. C'est le fonctionnement du lieu que nous prenons en compte à haut niveau de synthèse. Il semblerait que l'espace des pratiques touristiques des métropoles corresponde essentiellement à leur centre-ville : la pratique de contextes métropolitains permet de conforter empiriquement ce constat. Il s'agit d'une tendance lourde : c'est à cet endroit que l'on remarque les concentrations de touristes les plus importantes. Malgré tout, la question de savoir si toute organisation urbaine que l'on considère comme une « métropole » est une « métropole touristique » ou si l'on peut appeler « métropole touristique » un certain type de lieu touristique quel que soit son rang urbain, reste encore à approfondir. Nous avons avancé la proposition que l'élément distinctif serait la diversité des pratiques touristiques possibles. Cela permet de prendre en compte implicitement la qualité urbaine de ce type de lieu (qui rend possible...) tout autant que ceux du fonctionnement et des pratiques. Comprendre comment le tourisme participe de la

dimension métropolitaine²⁶ des organisations urbaines (en termes de gouvernance, de pratiques, etc.) est toutefois l'une des questions qui reste encore à résoudre. On pourrait par exemple faire l'hypothèse que le niveau de touristicité est l'un des critères principaux permettant de définir une métropole internationale contemporaine. Cette réflexion quant à la définition touristique d'une métropole est une première étape sur laquelle nous nous appuierons et développerons par rapport au cas de Los Angeles (cf. chapitre 3) autour de la question suivante : l'aire urbaine de Los Angeles est-elle une « ville touristique », une « métropole touristique », ou « quelque chose d'autre » ?

1.4. Conclusion

Trois aspects ont donc été envisagés à travers cette revue de l'importante littérature concernant cette thématique. Tout d'abord, nous avons pu constater l'ampleur du phénomène touristique pour les métropoles : ce sont chaque année des millions de personnes qui pratiquent touristiquement les métropoles, un certain nombre de ces dernières faisant ainsi partie des lieux accueillant le plus de touristes à travers le monde. Cela nécessite toutefois de ne pas confondre les touristes avec l'ensemble des visiteurs : pour cette recherche, un touriste sera défini comme un individu investissant, temporairement et pour se recréer, un lieu qui ne fait pas partie de son quotidien. Les quelques indices statistiques envisagés ont montré que nous n'avons en tout état de cause pas affaire aux mêmes types de lieux : cela plaide pour distinguer de façon radicale ces lieux très touristiques en utilisant une expression spécifique, « métropole touristique ». Leur principale caractéristique consisterait en une *polyfonctionnalité touristique* : les touristes peuvent réaliser une diversité très importante des pratiques possibles.

Cela nous permet donc de soutenir l'idée que le tourisme n'est plus un élément mineur pour les métropoles, une activité annexe, complémentaire à d'autres secteurs économiques, mais est un phénomène qui s'insère au cœur du fonctionnement et de l'organisation de ces lieux : la présence assez considérable parfois de cette population supplémentaire a nécessairement des effets sur la configuration sociétale locale. La deuxième section a ainsi permis de dégager l'incidence que pouvait avoir la sphère de la récréation sur l'aménagement des métropoles : cette dynamique donne un sens différent à ces lieux, en accordant une nouvelle valeur à l'espace public et aux monuments (ces deux éléments étant au fondement de leur urbanité), qu'ils soient en lien avec son histoire (la dimension « patrimoniale ») ou avec son développement contemporain (l'aspect de la « modernité »). Cela nous renseigne en creux sur le fonctionnement de ce type de lieu, dont il a été possible d'avoir une première idée à partir notamment de l'exemple de la métropole parisienne (un certain nombre de recherches portant sur ce cas). Même si on pourrait presque considérer cette dernière comme « l'idéal-type concrétisé » de la *métropole touristique*, nous avons pu constater que l'espace touristique correspond toujours principalement à la ville-centre (Simon, 2010) et à deux sites touristiques majeurs (le château de Versailles et Disneyland Paris) situés au sein de l'aire urbaine, comme cela a été explicitement schématisé (Gérardot, 2009). Un

²⁶ Maïe Gérardot propose l'expression « métropolitité touristique », sans toutefois réellement l'exploiter.

fonctionnement similaire semble être en place dans le cas d'Amsterdam (Chapuis, 2012), où le centre-ville est également le principal espace où se réalisent les pratiques touristiques. Les lieux que l'on pourrait qualifier de métropole touristique ne se distinguent pas de ceux que l'on pourrait définir comme des villes touristiques par un fonctionnement différent du système touristique (dans les deux cas, le centre-ville historique est l'espace principal – et presque unique – des pratiques des touristes), mais par l'ampleur et la diversité des pratiques qu'il est possible d'y effectuer. Cela reste malgré tout une hypothèse, notamment pour la raison que très peu de travaux se focalisent sur les pratiques des touristes au sein des métropoles²⁷. Nous avons en effet pu remarquer que la plupart des recherches portaient principalement sur l'analyse des infrastructures, en réduisant d'une certaine façon le tourisme à une simple activité économique, à une fonction parmi d'autres dans la ville. Le point de vue des promoteurs (politiques et économiques) intervenant dans la mise en tourisme est l'un des plus étudiés. Cela constitue donc un défi de connaissance qui justifie la proposition fondant cette enquête de travailler sur le *lien* existant entre la dimension touristique et la dimension urbaine de la métropole à partir des pratiques des touristes. L'interrogation portera particulièrement sur la question de savoir *comment* ces derniers peuvent *habiter* un lieu aussi important qu'une métropole qu'ils ne connaissent pas. Cela doit nous permettre ainsi d'enrichir notre compréhension des individus et de leur manière de faire avec de l'espace tout autant que sur l'agencement et la qualité des lieux. Le chapitre 2 sert à expliciter de quelle façon cette question va être envisagée en explicitant les outils conceptuels utilisés pour se saisir de ce problème.

²⁷ Les thèses récentes de Gwendal Simon (2010) et d'Amandine Chapuis (2012), déjà évoquées, portant respectivement sur i) une comparaison entre backpackers et touristes (finlandais) utilisant un voyage organisé à Paris et ii) l'apport des performances touristiques (d'Amsterdam) dans la construction de l'identité des individus, peuvent à ce titre être considérées comme des travaux précurseurs sur cette question. Si la pratique touristique d'une métropole est un point commun à nos recherches, les perspectives théoriques de recherche et les objectifs de connaissance diffèrent sensiblement, comme nous allons pouvoir le constater à partir du chapitre 2.

Chapitre 2

« habiter » et « urbanité ».

Deux concepts pour saisir la pratique des métropoles par les touristes

Le premier chapitre a donc servi à récapituler les travaux déjà effectués sur la thématique envisagée par cette recherche, tout autant qu'à dégager certains axes qu'il reste encore à investir. Nous avons ainsi effectué un déplacement de la perspective en passant du « tourisme urbain », où l'on s'interroge principalement sur l'inscription d'une activité touristique dans une ville, à une proposition de travailler sur le lien pouvant exister entre les pratiques des touristes et l'urbanité d'une métropole. Il convient maintenant de fournir un cadre conceptuel pour guider puis permettre l'analyse des investigations empiriques capables d'apporter des éléments de réponse à ce problème. Il y a en effet de multiples perspectives possibles pour investir cette question : le but de ce chapitre est de préciser et justifier celle qui a été choisie pour cette enquête. L'objectif n'est donc plus ici d'effectuer un état de l'art sur les concepts envisagés, mais de proposer un cadre de réflexion le plus cohérent possible, à partir d'un corpus de références relativement restreint, pour envisager le problème que constitue la pratique touristique des métropoles. Les pages suivantes servent à articuler, de manière critique et en y intégrant la dimension touristique, différents apports théoriques permettant d'investir cette question.

Cela nécessite d'aborder trois problèmes. L'un consiste à expliciter la façon dont on peut travailler sur les pratiques des touristes : que signifie « pratique » et quel statut accorder aux personnes ? La façon dont on considère les individus a des conséquences importantes sur l'analyse et les résultats que l'on peut proposer par la suite. Un deuxième point à envisager consiste à savoir sur quoi l'on travaille quand on s'interroge sur la dimension urbaine d'un espace. A quoi peut-on faire correspondre cette dernière ? Le troisième aspect sur lequel il faut se pencher concerne l'articulation entre ce que font les individus et la configuration d'un espace. Quel lien peut-on tisser entre les pratiques des individus et la dimension urbaine d'un espace ? Tout l'enjeu de ce chapitre est de proposer une discussion afin de dégager et mettre en valeur le lien qu'il peut exister entre les deux. Ce chapitre repose ainsi fondamentalement sur l'hypothèse que l'on ne peut pas comprendre l'urbanité d'un lieu sans considérer la façon qu'ont les individus d'y vivre. Savoir comment définir et analyser les grandes agglomérations contemporaines en tant qu'espaces habités touristiquement est donc la nouvelle « question urbaine »²⁸ appréhendée ici.

²⁸ Pour emprunter l'expression de Manuel Castells (1972)

2.1. Habiter, la spatialité des individus

Jusqu'à récemment peu de recherches ont véritablement pris en compte l'individu dans le domaine des études en tourisme : « le touriste a trop longtemps été négligé dans les approches du phénomène touristique. Il est considéré la plupart du temps comme un objet, un flux que l'on comptabilise ou un simple consommateur saisi à travers ses dépenses. Quand il n'est pas considéré comme un élément perturbateur. » (Stock et al., 2003, p.21). Cette absence d'intérêt est d'autant plus marquante que le touriste est le personnage central du système touristique : « replacer le touriste au centre de l'activité se fonde sur la constatation simple qu'il n'y a pas de tourisme sans touristes et que seule leur présence permet d'identifier un lieu touristique ou en passe de l'être. C'est en cela que l'approche géographique du tourisme se distingue de la géographie du tourisme : elle fait du touriste l'inventeur et l'acteur premier de l'activité touristique et s'efforce d'analyser le rapport particulier des individus aux lieux qu'introduit le tourisme » (ibid.). Si l'on saisit rapidement la nécessité de prendre en compte les individus, les touristes, de quelle façon peut-on le faire ? Différentes approches, différentes perspectives sont possibles pour envisager ce que font les individus. Quel statut accorder à ces derniers ? L'entrée par les pratiques est celle adoptée pour cette recherche.

2.1.1. Une réflexion à partir des pratiques des individus

Pour traiter les rapports des individus à l'espace – et plus particulièrement des questions de l'humanisation des milieux biophysiques par la sphère du symbolique mais aussi celle de l'espace vécu, du rapport aux lieux et du sens des lieux –, les géographes ont longtemps privilégié les approches relatives à la perception, aux représentations spatiales, à l'imaginaire ou encore aux significations (Stock, 2004). Ainsi, dans la recherche sur l'urbain, certains auteurs se sont intéressés aux représentations de la ville par les individus, tel Kevin Lynch (1969) dans son étude sur la représentation mentale par les résidents des centres de villes américaines ou encore Antoine Bailly (1977 ; 1996) qui envisage la ville comme un « espace vécu ». L'utilisation du terme *behaviour* est également toujours importante dans les travaux sur le tourisme (Cooper, 1981 ; Murphy, 1992 ; Harvey & Taylor, 2000 ; Shaw & al., 2000 ; Lee & Joh, 2010 ; Dejbakhsh & al., 2011 ; Pettersson & Zillinger, 2011 ; McKercher & al., à paraître). Martin Selby (2004) est un des seuls dans la littérature anglophone²⁹ chez qui l'on retrouve la critique serrée de ce concept de « comportement » établie par Benno Werlen (1993) : ce dernier le juge inadéquat pour comprendre les relations sociales du fait qu'il réduit ces phénomènes aux facteurs psychologiques de la perception et sous-entend une réponse à un stimuli, tandis que le terme « action » insiste sur le côté réflexif et intentionnel des actes des individus.

²⁹ Je ne développe pas plus ici la pertinence du concept de « pratique » plutôt que celui de « comportement », cet aspect ayant été abondamment développé dans les travaux de Mathis Stock (2001 ; 2004 ; 2005 ; 2006 ; 2007) vers lesquels je renvoie le lecteur pour une critique affirmée de ce problème.

En effet, la critique majeure qui a été établie sur cette approche « comportementale » est de limiter le rapport des individus à l'espace aux seules représentations, alors que ce rapport s'effectue par une expérience corporelle, physique : « l'étude de la géographicit  doit, pour être efficace, s'insérer dans une étude centrée sur les pratiques dans lesquelles les significations des lieux sont mobilisées par les individus en actes, en situation, dans un projet » (Stock, 2004). Les concepts « pratique » et « habiter » permettent justement cette prise en compte : « La notion de comportement spatial s'insère dans le paradigme du behaviorisme qui est une manière très spécifique d'étudier ce que font les hommes qui peut se résumer rapidement. Tout d'abord, l'accent est mis sur la perception de l'environnement. Le plus souvent, la vue était privilégiée pour l'étude de la perception de l'espace urbain. Ensuite, il s'agit d'un paradigme qui met l'accent sur la réaction quasi-réflexive à un stimulus provenant de l'environnement. Les théories de l'action ont montré que les hommes ne se comportent pas comme des animaux, mais que leurs actions ont une intentionnalité, notion qui n'existe pas dans le béhaviorisme. Enfin, le comportement est ce qui est observable à l'oeil nu ; il est donc analysé sans prise en compte de la structuration de l'individu par des institutions, des normes et des conventions sociales qui se soustraient à l'observation du seul comportement. » (Stock, 2001, p.146).

2.1.1.1. Prendre en compte les pratiques du hors-quotidien

Et si le concept de « pratique » a pu être défini comme « ce que l'humanité, les sociétés, les individus, font tous les jours, et qui fait le monde, dont l'espace géographique (...) Ensemble des actions que l'on peut observer, analyser, interpréter » (Brunet, 1993, p.399), cette proposition reste pour le moins vague et s'inscrit dans la critique que l'on a pu établir à propos de l'utilisation du concept « pratique » par les géographes (Stock, 2001, p.155). Les limites dégagées sont de trois ordres : d'une part, une indistinction des termes utilisés (entre « comportement spatial », « pratique spatiale » ou encore « pratique de l'espace ») ; ensuite, la non prise en compte des différentes théories de la pratique ou de l'action qui empêche de traduire et comprendre ce qui est véritablement en jeu dans les pratiques ; enfin on ne s'intéresse qu'à la partie visible des actes des individus, sans inclure dans la réflexion les normes et valeurs sociales intervenant dans la détermination des pratiques (Stock, 2001, p.155). De ce point de vue « la notion de pratiques est rest e très pauvre et ne recouvre en fait que les "comportements" » (ibid.). Une autre limite que l'on peut avancer, pour la plupart des réflexions sur les pratiques par les géographes, est de n'envisager ces dernières que dans les lieux et les temporalités du quotidien³⁰. Cette propension se retrouve dans certaines recherches, comme celle de Michel-Jean Bertrand (1978) qui se focalise sur la « pratique de la ville » en se concentrant –   l'instar de Jean-François Augoyard (1979) – sur l'échelle du quartier, ou bien encore de Jean-Yves Authier (2001) sur la question de vivre en ville en quartier ancien : l'échelle du quartier et de ses résidents est celle qui a reçu le plus d'attention de la part des chercheurs de sociologie ou d'anthropologie urbaine. Or, les sociétés contemporaines sont composées d'individus mobiles (Stock, 2005 ; 2006) et il est dorénavant indispensable d'envisager les pratiques des lieux dans la sphère du hors-quotidien. La grille de lecture suivante nous permet d'avoir une approche déjà plus fine des différents types de pratiques

³⁰ C'est également le cas notamment pour Michel de Certeau (1990)

de mobilité (le tourisme en étant une parmi d'autres) à partir des multiples combinaisons possibles résultant de l'association des cinq indicateurs reposant sur des options contraires :

**Tableau n°7 :
Un code géographique des pratiques.**

Quotidien	Obligation	Familier	Proche	Non-exotique
Hors Quotidien	Choix	Etranger	Lointain	Exotique

Stock (coord.) et al., 2003

L'utilisation du concept « pratique » dans cette optique nous confronte cependant à au moins deux difficultés. Tout d'abord, c'est un terme qui peut s'appliquer à de nombreuses situations et pour différents types d'acteurs (les politiques, des entreprises, des urbanistes, des individus, etc.). Ensuite, si l'on ne considère que celles des individus, savoir à quoi peut correspondre de s'intéresser aux pratiques est une question importante :

« ces problèmes demandent donc que l'on choisisse très exactement l'échelle temporelle à laquelle on considère une pratique donnée: en parlant des « pratiques des touristes » il faut décider, si l'on s'intéresse à ce qu'ils font pendant une journée (du lever jusqu'au coucher) ou si l'on se contente d'étudier ce qui fait d'eux des touristes, les visites, les activités sportives, etc. et la manière dont ils le font. Ce sont deux entrées fondamentalement différentes qui adoptent un découpage différent du temps: la première découpe la journée en séquences plus petites (9h: petit déjeuner, vaisselle (pratique routinière) ; 10h: ski (pratique non-routinière), etc.). La seconde ne découpe pas la journée en séquences mais ne s'intéresse qu'à un type de pratiques, éventuellement différenciées et échelonnées dans le temps à l'échelle de la semaine (lundi: ski ; mardi: visite ; mercredi: randonnée ; etc.), toutes ces pratiques considérées étant des pratiques extra-quotidiennes » (Stock, 2001, p.167).

Pour limiter la confusion qu'il peut y avoir, l'une des solutions possibles consiste à se focaliser sur les « manières de faire » des individus. Cette expression permet non seulement d'appréhender les actions réalisées continuellement des individus mais plus encore les modalités par lesquelles les individus effectuent leurs pratiques (tout le monde ne fait pas du ski - pour prendre cet exemple - de la même façon).

2.1.1.2. Les pratiques des individus comme « manières de faire »

C'est la proposition de Michel Foucault. Pour rendre possible son « ontologie historique de nous-mêmes », c'est-à-dire son analyse des sujets en tant qu'êtres historiquement déterminés, Foucault, par souci d'homogénéité entre les différentes enquêtes historico-critiques qu'il est possible de mener (la folie, la sexualité et la prison dans son cas), propose de ne prendre en compte ni « les représentations que les hommes se donnent d'eux-mêmes » (cela rejoint la critique effectuée ci-dessus à l'égard de cette perspective des « représentations ») ni « les conditions qui les

déterminent sans qu'ils le sachent » (qui serait plutôt la perspective de Pierre Bourdieu³¹), mais « ce qu'ils font et la façon dont ils le font. C'est-à-dire les formes de rationalité qui organisent les manières de faire (ce qu'on pourrait appeler leur aspect technologique); et la liberté avec laquelle ils agissent, dans ces systèmes pratiques, réagissant à ce que font les autres, modifiant jusqu'à un certain point les règles du jeu (c'est ce qu'on pourrait appeler le versant stratégique de ces pratiques) » (Foucault, 2001, p.1395). C'est ce qu'il synthétise par l'expression ensemble pratique, « pratique » désignant l'acte de « faire » et « ensemble » traduisant la nécessité de travailler simultanément sur ce que fait un individu – et donc sur les conditions de possibilité de cette action –, et sur le « comment » de cette action – les pratiques ne sont pas réalisées de la même manière³² –. Cette expression exige alors « qu'on ne se contente pas d'une investigation élémentaire de l'action, pensée simplement comme une procédure, et de ses résultats matériels et pousse à étudier avec rigueur les moindres modalités de chaque acte, les instruments utilisés et les multiples registres de spatialité qui s'y inscrivent et en naissent » (Lussault, 2000, p.23).

Très proche de Foucault – qu'il commente³³ d'ailleurs – sur cette question, Michel de Certeau s'intéresse à ce qu'il nomme les « manières de faire » pour comprendre comment les utilisateurs « se réapproprient l'espace organisé par les techniques de la production socioculturelle » (Certeau, 1990, p.XL). Certeau se focalise ainsi sur les ruses et les tactiques dont font preuve les individus au quotidien : son intérêt se situe sur l'étude des marges de manœuvre que possèdent les individus face aux situations quotidiennes. L'expression « faire avec » est très intéressante, puisqu'on peut lui prêter deux sens : « faire avec » dans le sens où l'individu doit s'accommoder de quelque chose, doit s'adapter, mais aussi « faire avec » comme « produire en commun ». Michel de Certeau redonne donc par cette approche une certaine marge de manœuvre à l'individu : si l'individu n'est pas un stratège par rapport à l'espace-dispositif mis en place, imposé, par les promoteurs d'un lieu, il n'est inversement pas passif, mais développe des tactiques, des ruses, des pratiques inattendues qui peuvent détourner l'usage du lieu tel qu'il a été pensé et prévu par ses concepteurs et lui donner un autre sens.

2.1.1.3. Conclusion

Il s'agit là de l'apport considérable de ces deux auteurs : ils nous invitent à envisager non seulement les actes des individus, leurs pratiques, mais plus encore la *manière* dont ces actes sont effectués, le sens qu'ils ont, et les conditions de possibilités nécessaires à leur réalisation. Comment intégrer cette perspective dans une approche géographique ? Par extension, on peut avancer l'idée que travailler sur les pratiques spatiales des individus reviendrait à comprendre les « manières de faire avec de l'espace », expression que l'on peut résumer synthétiquement par le concept *habiter*. Ce dernier permet ainsi de se focaliser spécifiquement sur la dimension spatiale des pratiques des individus.

³¹ Qui lui aussi propose une réflexion sur cette question, mais selon un angle sensiblement différent, à partir d'une « théorie de la pratique » (Bourdieu, 1972)

³² Cet axe pointe l'importance de la question de l'intentionnalité de la pratique: dans une perspective géographique, Mathis Stock (2001) a montré que cela a pour conséquences qu'un lieu n'aura pas la même valeur et ne sera pas habité de la même façon par tous les individus en fonction de l'intentionnalité qu'ils donnent à leurs pratiques.

³³ Pour expliquer que son questionnement est à la fois similaire et différent de celui de Foucault (Certeau, 1990, p.XL)

2.1.2. Habiter, la condition spatiale de l'humain³⁴

De façon classique, et encore actuellement, le concept « habiter » induit, pour un grand nombre de chercheurs, une perspective figée de la question du rapport des individus avec de l'espace : il exprime avant tout, et de façon restrictive, le fait d'occuper un logement ou de résider quelque part³⁵ : « Par "habiter", on désigne le fait "d'avoir son domicile en un lieu" (Théry & Brunet, 1993, p. 250). Par "habitat", on désigne "le lieu où l'on s'est établi, où l'on vit, où l'on est habituellement" (Théry 1993, p. 249). (...) Dans les études contemporaines de géographie urbaine ou de sociologie urbaine, habiter signifie "occuper un logement" ou "résider" (cf. Lelièvre & Lévy-Vroeland 1992). Par conséquent, les "habitants" sont ceux qui résident dans un lieu donné » (Stock, 2005). On peut cependant soutenir l'idée qu'il s'agit là somme toute d'une approche plutôt restrictive de ce terme, qui correspond alors à un synonyme de « résider ».

2.1.2.1. Habiter, c'est faire avec de l'espace

Pour utiliser de manière différenciée ces deux termes et accroître leur efficacité de description de la réalité empirique, il est possible de détourner cette approche traditionnelle et de faire du concept « habiter » le traducteur de la « spatialité des acteurs individuels » (Lévy & Lussault, 2003). Cela correspond à un véritable tour de force théorique, qui ouvre la réflexion sur ce problème, et en propose une perspective originale et enrichie. Ainsi défini, il permet « d'appréhender les dimensions spatiales des pratiques, et ce concernant d'une part la mobilisation des ressources d'ordre spatial, et d'autre part les problèmes et contraintes d'ordre spatial » (ibid)³⁶. Pour préciser davantage la nouvelle acception qu'il est possible de donner à cette notion, « habiter » sert alors à désigner les pratiques en tant que celles-ci s'associent à des lieux : « pratiquer les lieux, c'est en faire l'expérience, c'est déployer, en actes, un faire qui a une certaine signification (...) on se focalise alors fondamentalement sur les manières dont les individus font avec les lieux » (Stock, 2004). De façon plus synthétique, on peut alors énoncer qu'*habiter, c'est faire avec de l'espace* (Stock, 2007 ; 2012). Cela consiste à considérer les manières de "faire avec de l'espace", c'est-à-dire les multiples manières de faire avec les métriques, les qualités de lieu, les normes spatiales, les accessibilités de la part des individus. L'expression « faire avec de l'espace » a son importance, dans le sens où elle supporte l'idée que l'individu n'est ni *dans* ni *sur* un espace, comme il est si usuel de l'affirmer, mais qu'il « fait avec » : les pratiques des individus participent de la construction d'un espace, tout comme l'espace participe à la constitution de l'individu en devenant un référent géographique de son identité (Stock, 2001). Cette perspective rejoint ici une idée seulement rapidement évoquée par Jean-François Augoyard pour qui « Habiter, c'est configurer l'espace. Et tout habitant produit, à son insu, une organisation de l'espace certes ingénue, mais indicatrice d'un pouvoir fondamental que le savoir architectural ne fait qu'exploiter à travers les compétences de sa technique. » (Augoyard, 1979, p.159). Les pratiques des individus co-constituent l'espace en participant de sa réactualisation permanente.

³⁴ Je détourne ici le titre du livre de O. Lazzarotti (2006)

³⁵ Segaud, M., Bonvalet C. & Brun J., (dirs.), 1997. Logement et habitat. L'état des savoirs. Paris: La Découverte. ; Mayol, P., 1990. « Habiter », in de Certeau, M., Giard L. & Mayol P., L'invention du quotidien 2. Habiter, cuisiner. Paris: Gallimard.

³⁶ On perçoit ici l'idée fondamentale qu'habiter ne va pas de soi. (cf. ci-dessous)

2.1.2.2. Habiter touristiquement

Ce raisonnement autorise alors par extension l'emploi du terme « habiter » pour envisager les manières de faire avec de l'espace des touristes. Cette perspective de l'« habiter » permet ainsi de s'intéresser à la « question touristique » en replaçant l'individu au cœur de l'analyse, le tourisme correspondant à une posture adoptée par les individus (Bourdieu, 1965, p.59), ce que confirme Pau Pons : « It is because we are doing something in a particular way that we are tourists and we adopt tourist consciousness » (Pons, 2003, p.52). Plus précisément encore, habiter touristiquement correspond à « faire ce que l'on n'a pas l'habitude de faire et faire des choses semblables au quotidien mais dont le sens, la place, la tonalité n'est pas la même » (Duhamel, 2003, p.77). Il s'agit là d'un apport certain : c'est le changement de lieu qui est l'essence même de l'habiter touristique. Le dé-placement – qui implique que le lieu habité temporairement par un touriste ne fait pas partie de son quotidien – est en effet un aspect essentiel et nécessaire pour caractériser une pratique comme touristique, au même titre que la dimension récréative de ce déplacement – on ne change pas de lieu pour un travail mais pour se re-crée – (Stock et al., 2003 ; Stock, 2005). C'est donc le corps qui est engagé fondamentalement dans la pratique touristique: être touriste c'est pratiquer in situ un lieu, c'est-à-dire corporellement: « we stress how the human body engages with the natural world and hence produces spaces and places, rather than simply being located within them, or having them inscribed on its surface » (Baerenholdt & al., 2004, p.2). La perspective de l'habiter permet justement d'intégrer ce constat en ne résumant pas l'étude des touristes aux seuls « regard touristique » (Urry, 1990), mais en incluant leurs pratiques et leurs manières de faire avec de l'espace. Cette présence physique implique une confrontation physique à l'altérité, à ce qui est autre, à la non familiarité : une situation touristique est toujours une épreuve pour un individu (Duhamel, 2003). Le fait d'arriver à habiter un lieu qui n'est pas familier relève, pour un individu, d'une véritable « performance », ce qui est moins le cas dans des lieux du quotidien : « l'installation dans un lieu, la répétition des pratiques, bref, les habitudes qu'on peut y prendre, participent à le rendre familier à ce point que l'on en vient à oublier les modalités même de l'emplacement. On se sent alors "chez soi" parce que les savoirs du lieu et ses règles de fonctionnement ont été totalement intériorisés à force de répétitions: on est autant dans le lieu que le lieu est en nous. Informations, mesures collectives, savoirs et règles donc, semblent alors "naturels" au point que l'on y vit sans y penser et sans avoir à y penser, comme mécaniquement » (Lazzarotti, 2006, p.110). A contrario, faire avec de l'espace dans une situation touristique n'est pas évident pour un individu, de nombreux obstacles peuvent rendre difficile la pratique des lieux, la réalisation du projet de l'individu nécessitant alors aussi bien la mobilisation de compétences, de savoirs et de savoir-faire acquis et accumulés au fil de son expérience, que de sa capacité à s'adapter à ce lieu qu'il ne connaît pas, avec une configuration sociétale particulière et des manières de faire qui ne sont pas les siennes. Une situation touristique correspond au fait que les individus habitent, temporairement et pour se recréer, des lieux qui ne sont pas quotidiens pour eux, porteurs d'une altérité plus ou moins importante. Cette situation permet d'envisager plus facilement les « modalités de l'emplacement », puisqu'un individu n'est pas chez soi, n'a pas intériorisé les normes et les règles de fonctionnement du lieu: il doit effectuer un travail pour cela et il est alors possible d'en repérer les « traces », ce qui est moins évident dans les lieux du quotidien où tout peut paraître comme « allant de soi »³⁷.

³⁷ Et d'une certaine façon, s'appuyer sur ce que Bruno Latour (2006) nomme la « 4ème source d'incertitude », c'est-

2.1.3. Habiter, comme faire avec des épreuves spatiales

On peut progresser dans la réflexion sur l'*habiter* en se posant la question de savoir à quoi correspond, en quoi consiste ce « faire avec de l'espace », qu'est-ce que cela implique, qu'est-ce que cela nécessite de la part des individus.

2.1.3.1. Les épreuves spatiales élémentaires

Une réponse particulièrement stimulante à cette question peut-être trouvée dans les travaux de Michel Lussault (2007 ; 2010 ; 2013) qui avance l'idée que chaque opérateur s'appuie, pour agir avec l'espace, sur ce qu'il nomme des compétences spatiales élémentaires³⁸ au nombre de six : **i) la compétence de placement et d'arrangement**, cette « capacité qui consiste à savoir trouver pour soi, les autres, les objets, la bonne place », **ii) la compétence scalaire**, qui consiste à savoir « discriminer le petit du grand, donc d'apprécier la taille absolue et relative des objets spatiaux », **iii) la compétence de maîtrise des métriques** (manières de mesurer la distance) qui autorise chaque acteur à « discriminer le proche et le lointain et d'évaluer la bonne distance à conserver entre soi et les autres réalités sociales ; trouver la bonne distance : jeu que chaque acteur instaure entre rapprochement et distanciation et à la gestion d'un régime acceptable des proximités », **iv) la compétence de découpage et de délimitation**, qui permet « de couper l'espace en unités élémentaires pertinentes et celle, complémentaire, de délimiter, de poser des limites spatiales entre les différents entités discriminées », **v) la compétence de franchissement**, qui regroupe « l'ensemble des techniques et habitudes que nous avons acquises et qui permettent à tout un chacun de franchir (ou de tenter de franchir) les sas, les seuils, les frontières, les portiques de sécurité, les limites de toute sorte qui désormais ponctuent nos vies quotidiennes » (Lussault, 2007, p.76) et **vi) la compétence de cheminement** qui inclut « les capacités que possède un individu à composer et à assurer un itinéraire » (Lussault, 2013, p.46)

Il y a un double intérêt à penser en termes de compétences. Tout d'abord, cela permet de renforcer l'idée qu'un individu se construit tout au long de sa vie. Bruno Latour utilise judicieusement la métaphore des *plugs-in* pour illustrer cette conception : « la compétence ne nous est pas donnée d'un bloc, mais elle nous parvient en morceaux, par paquets d'informations. Pour obtenir des acteurs humains "complets", il faut plutôt le composer à partir de nombreuses couches successives, dont chacun est empiriquement distincte de la suivante. L'acteur compétent se compose désormais d'applets dont on peut localiser l'origine précise grâce à un moteur de recherche avant de les télécharger et de les enregistrer un à un (...) former un tout réaliste n'est pas un point de départ incontestable, mais la réalisation provisoire d'un assemblage composite. »

à-dire un passage des faits indiscutables aux faits disputés : « les faits indiscutables (*matters of fact*) ne laissent plus de traces et ne peuvent donc plus réapparaître sous la forme de médiateurs tellement nous y sommes habitués. Ce n'est pas le cas des faits disputés (*matters of concern*). Ces formes d'existence réelles, objectives, atypiques, discutées, encore incertaines et surtout intéressantes doivent être saisis moins comme des objets que comme des rassemblements » (Latour, 2006, p.163).

³⁸ Isaac Joseph (1996; 1998) évoquait lui les « compétences de rassemblement » qu'il appliquait plutôt à l'échelle de la société pour envisager « les propriétés du rassemblement et les ressources régulatrices de l'accessibilité » d'un espace public.

(Latour, 2006, p.304)³⁹. De façon parallèle, de précédents travaux⁴⁰ sur les pratiques touristiques ont avancé l'hypothèse que ces dernières n'étaient pas innées mais résultaient d'une éducation spécifique : « on ne naît pas touriste, on le devient par un apprentissage qui prend le temps d'une vie parfois, voire même celui de plusieurs générations à l'échelle du Monde, voire au sein d'une même famille. (...) Regarder le paysage en tant que touriste signifie précisément : apprendre à regarder, identifier le beau du laid, l'intéressant de l'insignifiant, l'exceptionnel du banal mais organiser son regard, c'est-à-dire lui donner une direction et pas n'importe laquelle. "Regarde c'est beau" est une injonction parentale ou scolaire souvent entendue. C'est l'apprentissage du (bon) goût. Elle se veut la transmission des valeurs esthétiques de notre famille, de notre société et nous permet d'établir des distinctions entre ce qui "est" beau et ce qui ne l'"est" pas » (MIT, 2002, pp.128 et 183).

Ensuite la conceptualisation de compétences spatiales permet de donner du poids à la prise de position de considérer un individu comme un acteur : le terme « compétence » suggère, si ce n'est implique, qu'il y a une « *capacité à...* ». Dès lors, cela exige de se poser la question « qui ne peut pas... », « qui n'est pas capable de... ». En effet, « le concept de capacité (chez Wittgenstein) est normatif, il implique une référence aux notions de réussite ou d'échec, de correction ou d'incorrection d'une performance, ainsi que l'indication possible d'une règle comme raison de l'action » (Chauviré, 2002, p.33). On peut émettre l'hypothèse que toutes les pratiques ne sont pas logées à la même enseigne : faire du surf, et plus encore de l'alpinisme⁴¹ sont autant de pratiques qui nécessitent un apprentissage, des connaissances, des compétences : cela n'est pas donné à tout le monde. Cela semble être a priori beaucoup moins évident dans le cas de la pratique d'une métropole⁴². L'importance des compétences pour pratiquer une ville semble beaucoup moins explicite, évidente, et l'on pourrait formuler l'hypothèse que ces compétences sont « incorporées », intériorisées, qu'elles feraient partie d'un « *habitus urbain* » dont disposerait une très grande partie des individus. Pratiquer une métropole, qui plus est dans le cadre du quotidien, ne constitue plus une pratique spécifique, rare : c'est en cela qu'elle serait partagée par tous, *élémentaire*⁴³. En prenant à la lettre l'expression utilisée (« compétences spatiales élémentaires »), on peut y voir un écho aux « structures élémentaires de la parenté » de Claude Lévi-Strauss : il s'agirait des plus petits dénominateurs communs en quelque sorte, des composants essentiels, fondamentaux et génériques des manières de faire avec de l'espace dont disposeraient les individus. Ces compétences seraient partagées par toutes les personnes, bien que le « spectre d'utilisation » puisse ne pas être le même ou s'appliquant à des échelles différentes (certains pourront maîtriser la distance seulement sur une faible superficie alors que pour d'autres cela

³⁹ On retrouve ici, d'une certaine façon, la posture de Bernard Lahire qui parle de « l'individu pluriel » (Lahire, 1998)

⁴⁰ Cela rejoint les réflexions posées sur ce problème par Orvar Löfgren (1994) et Catherine Bertho-Lavenir (2000) dont les travaux pointent surtout l'apprentissage générationnel (la construction sociale du système touristique) à l'échelle des sociétés nationales. La question d'un apprentissage individuel de compétences n'a pas encore toutefois été traitée pleinement : Il conviendrait de se saisir des pistes de recherche proposées en interrogeant la biographie touristique des individus et par un suivi sur le temps long de ces derniers.

⁴¹ Les professionnels de ces milieux déplorent d'ailleurs souvent qu'un nombre toujours plus important d'individus effectuant ces pratiques n'aient pas les compétences requises.

⁴² Peut-être serait-ce la une manifestation du fait que « la société entière est devenue urbaine » (Lefebvre, 1970) ? Les individus, aujourd'hui sont (presque) tous habitués à pratiquer des villes – ce qui n'était encore absolument pas le cas au début du XXe siècle –.

⁴³ Peut-être également cela se joue-t-il à un autre niveau : on peut faire l'hypothèse que les personnes estimant ne pas avoir les compétences suffisantes pour pratiquer une métropole n'y vont (tout simplement) pas.

s'applique à l'échelle du monde). C'est aussi ce que semble proposer l'auteur quand il avance que l'on peut « repérer quelques "compétences spatiales" assez uniformément distribuées entre tous les acteurs, même si leur mise en oeuvre concrète est liée au statut social de chacun de ceux-ci et aux situations qu'ils vivent » (Lussault, 2007, p.261). Cela nous indique donc que ce n'est pas tant sur le fait que les individus (plus exactement, les opérateurs, quels qu'ils soient) aient ou non ces compétences qu'il faut se pencher, mais sur les manières de faire différenciées de ces dernières.

L'aspect discriminant des compétences (qui pourrait nous permettre de distinguer différentes manières de faire) est donc considérablement réduit par cette organisation. Il y a un autre point d'achoppement dans cette conceptualisation : le processus d'apprentissage d'une compétence suggère que l'individu en dispose « une fois pour toutes » en quelque sorte. Or, cela ne va pas de soi, en tout cas en fonction du curseur où l'on place la compétence : la compétence se situe-t-elle par exemple dans le fait de « savoir conduire une voiture » ou « savoir conduire une voiture à Londres ». Cela n'est pas la même chose. Être capable de franchir l'embarquement depuis « JFK » nécessite de s'affranchir de formalités autrement plus conséquentes que de partir d'un petit aéroport de province. De même, être capable de cheminer dans un petit village n'implique pas automatiquement qu'un individu soit capable de le faire au sein d'une mégapole indienne. La compétence est d'une certaine façon toujours remise en jeu par rapport à la situation à laquelle l'individu est confronté.

Pour contourner cette difficulté, l'une des solutions est de ne pas envisager *a priori* des « compétences (purement) spatiales » mais de remonter plus en amont et de se pencher sur les défis qui nécessitent leur mobilisation. Il s'agit alors de considérer les « problèmes spatiaux élémentaires » auxquels est confronté tout individu. On peut alors repartir de ces derniers (que je propose de nommer dans le cadre de cette recherche les *épreuves spatiales*) et voir comment les individus répondent à ces problèmes, quelles sont les manières de faire mises en place pour faire avec ces défis : nous concentrons alors notre attention sur l'aspect qui différencie les individus, c'est-à-dire la mise en œuvre des dites « compétences ». Les épreuves spatiales, si elles sont de même « nature », n'en sont pas moins toujours différentes, avec un « niveau de difficulté » variant d'une situation à l'autre. De ce point de vue, on peut alors formuler qu'habiter c'est *faire avec différentes épreuves spatiales*, en partant de l'hypothèse que plus un lieu est urbain plus les épreuves sont importantes, de par la complexité sociétale induite par le nombre, la densité et la diversité des réalités coprésentes en un même lieu.

2.1.3.2. Le capital spatial : compétences et patrimoine

Cela ne résout cependant pas le problème de savoir comment sont informées les manières de faire des individus. Le redécoupage ainsi proposé nous permet pour travailler sur cette question d'intégrer à la réflexion l'idée que pour faire avec ces épreuves spatiales, les individus mobilisent trois types de compétences, des compétences de trois ordres différents, dégagées explicitement par la proposition suivante : « we can think of three kinds of skills of coping with space : cognitive skills - such as knowledge of locations (the "best" ski slope is found in Chamonix), or distances (the shortest way to go from London to Paris, or the most scenic route...). This allows for orientation and the association of the adequate place for a practice. Then, we can

distinguish behavioural skills - such as differentiated civility in public space and private space, on the underground or the plane, in a palace hotel or a club hotel – or even "corporeal techniques" (Mauss, 1999) allowing for skiing, tanning on the beach, strolling in the city. Finally, the instrumental skills - such as knowing how to use the ticket vending machine, to drive a car, to find an apartment, to book a package tour on the Internet, etc. - are important for the variability between individuals for accessing places are heavily relying on the capability of using instruments. The interplay between those three kinds of competences constitutes the capacities of individuals of solving spatial problems » (Lussault & Stock, 2010, souligné par moi). Si l'on suit cette proposition, il serait donc possible de distinguer trois grandes familles de compétences, celles d'ordre cognitives (savoir ce qui existe), celles d'ordre comportementales (savoir comment se comporter quelque part) et celles d'ordre instrumentales (savoir utiliser un équipement pour réaliser une pratique). Pour ne citer que les exemples, cela pourrait correspondre, pour un individu dans une situation touristique, à choisir le lieu en adéquation avec les pratiques qu'il souhaite réaliser, à planifier son séjour, à savoir utiliser des cartes et des guides, à connaître les us et coutumes de la société locale, à pouvoir gérer l'altérité, etc. (Ceriani et al., 2004). Ce sont alors des compétences (des capacités à...) qui ne sont pas partagées par tout le monde, que tous les individus ne possèdent pas, et qui seraient mobilisées par ces derniers pour faire avec les différentes épreuves spatiales dégagées précédemment. On rejoint ici la perspective de Wittgenstein, qui utilise cette notion de compétences (dans le domaine de la linguistique), par opposition à une approche dispositionnelle du savoir, pour traduire une « capacité à »⁴⁴. Cela nous permet de disposer d'une définition un peu plus précise de ce terme : la compétence correspond, de ce point de vue, à la **maîtrise d'une technique** (Chauviré, 2002 ; Chauviré et Sackur, 2003). Elle se rapproche d'une capacité pratique : cette dernière ne détermine pas les pratiques, les performances, mais est mobilisée par l'individu pour une situation donnée : pour Wittgenstein, la capacité n'est pas une *cause* de l'action, mais en est une *raison*, en constitue « le principe d'intelligibilité » (Chauviré, 2002, p.33).

On peut sur cette base renforcer un peu plus l'assemblage conceptuel qui se dessine, et proposer⁴⁵ que ces compétences, informant de façon discriminante les manières de faire avec les épreuves spatiales mises en place par les individus – un individu fait avec de l'espace en fonction du niveau de ses compétences –, sont issues (tout autant qu'elles participent à l'accroître) de ce qui a été nommé *capital spatial*, concept permettant de regrouper « l'ensemble des ressources, accumulées par un acteur, lui permettant de tirer avantage, en fonction de sa stratégie, de l'usage de la dimension spatiale de la société » (Lévy, 2003d, p.124). Cela en fait un équivalent⁴⁶ des capitaux (social, économique, culturel) dégagés par Pierre Bourdieu (1984 ; 1992) mais spécifiquement associé à la dimension spatiale : « concrètement, le capital spatial comprend à la fois un *patrimoine* et des *compétences*. Un patrimoine de lieux, de territoires, de réseaux "appropriés" d'une manière ou d'une autre et une compétence pour les gérer ou pour en "acquérir" d'autres. Le "portefeuille" patrimonial d'un individu est constitué de l'ensemble des espaces sur lesquels il a

⁴⁴ Qu'il relie aux questions d'"apprentissage" (de "dressage") et de respects des "règles" (les normes - de la société -).

⁴⁵ Selon une conceptualisation qui rejoint celle de Michel Lussault : « Ces compétences pratiques, en ce qui concerne l'espace, je les regroupe au sein du capital spatial, c'est-à-dire l'ensemble intériorisé des modes de relation (intellectuelles et pratiques) d'un individu à l'espace-ressource. » (Lussault, 2007, p.187)

⁴⁶ Et s'intégrerait pleinement à la "fongibilité" existant entre les différents capitaux : un individu ajuste l'ampleur de ces derniers en effectuant des arbitrages pour développer certains plus que d'autres par exemple.

acquis une capacité d'usage qui n'allait pas de soi et dont il peut tirer profit : pouvoir et droit d'habiter, construction de réseaux sociaux localisés, etc. La compétence peut se nourrir des expériences accumulées dans ces espaces, mais elle ouvre la possibilité d'économiser du temps, de l'énergie, des épreuves dedans de nouveaux espaces ou de nouvelles manières de pratiquer les anciens. Ainsi pratiquer des villes contribue à la connaissance de la ville et facilite l'exploration de nouvelles villes. » (Lévy, 2003d, p.125, souligné dans le texte). Le principal apport du terme capital est qu'il exprime une idée d'accumulation : l'individu ne « repart pas de zéro » à chaque fois lorsqu'il pratique un espace mais s'appuie en permanence sur ses expériences spatiales passées pour adapter ses manières de faire avec de l'espace dans différentes situations. D'autre part, et selon cette définition, on peut envisager que le capital spatial est en quelque sorte « un tout qui est plus que la somme des parties » : ce n'est pas uniquement les compétences (savoir, savoir-faire, savoir-être) acquises et développées au fil du temps qui entrent en compte mais plus généralement l'ensemble des expériences spatiales déjà effectuées que les individus mobilisent en permanence⁴⁷. On peut même soutenir l'idée que le capital spatial est essentiellement du ressort de la gestion de l'altérité (dans sa composante spatiale) par l'individu : il relève moins d'une question d'ordre quantitative (le nombre de lieux pratiqués) que qualitative (la différence entre les lieux habités). On peut faire l'hypothèse qu'un individu qui pratique peu de lieux mais tous très différents aura un capital spatial supérieur à un individu pratiquant un grand nombre de lieux mais similaires. Et à mesure que le capital spatial d'un individu s'étend et s'approfondit, les épreuves spatiales, sans jamais disparaître (à la fois parce qu'une personne est sans arrêt confrontée à des situations spatiales toujours différentes mais aussi en raison des imprévus qui peuvent surgir dans des contextes familiers), deviennent plus communes, moins problématiques, les individus développant des habitudes pour faire avec : « dans l'ensemble, le capital spatial est constitué des avantages qu'apporte la maîtrise d'un ensemble d'agencements géographiques. Il prend appui sur l'échelle et la métrique. (...) La démocratisation des vitesses les plus élevées, l'importance des migrations socio-économiques à longue distance et l'irruption du tourisme de masse ont changé la donne, Ce n'est plus tant l'échelon maximal d'accessibilité que l'articulation des différentes métriques, la faculté à les utiliser de manière complémentaire au mieux de leur efficacité qui sert désormais de référence au capital spatial. » (Lévy, 2003d, p.126). Pour aller plus loin dans la mise en application de ce concept de capital spatial, nous pouvons le considérer comme composé de trois dimensions principales⁴⁸ : **i) l'habiter quotidien** – avec quel type d'espace un individu a-t-il l'habitude de faire avec au quotidien, là où il réside –, **ii) les « référents géographiques »** de l'identité d'un individu – avec quel(s) contexte(s) (culturel, spatial) est-il proche, est-il habitué à faire avec – et **iii) l'ampleur des expériences d'altérité** – l'habitude de voyager, de faire avec des « lieux autres » de la part d'un individu.

⁴⁷ Cela permet de renforcer l'idée que l'individu est un acteur qui procède à des arbitrages, développe des stratégies pour s'adapter à toute les situations : « l'idée même d'un capital, mis en jeu dans une stratégie de valorisation, conduit à reconnaître à l'agent une certaine marge de manoeuvre. Si les ressources disponibles sont de diverses natures, le degré de liberté s'accroît encore car des arbitrages permettent d'opter pour le désintérêt, l'"épargne" ou la "réalisation" d'une des espèces de capital plutôt que de l'autre » (Lévy, 2003, p.125).

⁴⁸ On retrouve ici d'une certaine façon les principaux éléments qui ont été dégagés à partir d'une recherche portant sur les mobilités individuelles à Genève, Tokyo et Los Angeles (Stock et al., 2009) et à laquelle j'ai pu participer : « le capital spatial intégrait alors i) la localisation résidentielle, ii) la biographie résidentielle, iii) le "capital mobilitaire" (Ceriani-Sebregondi, 2003-2004), iv) la maîtrise de l'altérité potentielle et v) la maîtrise des télécommunications » (Stock, 2012, p.66).

Les manières de faire avec de l'espace seraient l'expression extériorisée et toujours réalisée en fonction d'une situation particulière (et par rapport aux épreuves spatiales) de compétences elles intériorisées⁴⁹ et faisant partie d'un capital spatial continuellement enrichi par l'expérience que constitue la pratique de nouveaux lieux.

2.1.4. Conclusion

Cette première section a permis de poser des jalons théoriques pour prendre en compte ce que font les individus, perspective qui n'a pas été particulièrement développée jusqu'à maintenant (même s'il a été possible de s'appuyer sur un certain nombre de travaux particulièrement significatifs), tant dans les *urban studies* que dans les *tourist studies*. Dans un premier temps j'ai apporté des éléments de justification quant à l'adoption de la perspective des pratiques en tant que « manières de faire », en reprenant ce qui s'apparente véritablement à un coup de force théorique, qu'est la proposition d'un *habiter* entendu comme un « faire avec » de l'espace. Dans un second temps, j'ai proposé de dégager, à partir d'une proposition sur les compétences (spatiales) des individus, des épreuves spatiales (élémentaires) avec lesquelles les individus et l'ensemble des opérateurs doivent en permanence faire avec : faire avec de l'espace c'est être confronté à différentes épreuves. Pour cela les opérateurs, et en particulier les individus, mobiliseraient des compétences (dont on a pu dégager trois grandes catégories: cognitives, comportementales et techniques) qui résulteraient et participeraient, dans leur mobilisation à des finalités spatiales, de la formation d'un capital spatial, le « stock d'expériences spatiales » dont dispose chaque individu de façon plus ou moins importante et qui intervient dans sa manière d'habiter. La situation touristique se prête bien pour travailler ce problème : si l'on peut avancer qu'habiter touristiquement une métropole est devenu courant pour une part conséquente de la population mondiale, n'importe quel lieu, et a fortiori une métropole, n'est pour autant pas familier pour le touriste, contient une charge d'altérité plus ou moins importante et est une situation extraordinaire, du hors-quotidien. Cette caractéristique permet alors de rendre visible de façon accrue les épreuves spatiales auxquelles sont confrontées les individus ainsi que les manières de faire que ces derniers développent.

⁴⁹ Ceriani et al. (2004) évoque ainsi les « compétences cachées » des touristes.

2.2. L'urbanité, un agencement de l'espace

Les *épreuves spatiales* que nous venons de dégager relèvent de ce que nous pouvons appeler l'*urbanité* d'un lieu. C'est la proposition qui guidera la réflexion de cette section. Mais à quoi peut-on faire correspondre ce concept d'« urbanité » ? Que désigne-t-il ? C'est l'objectif des prochaines pages que de proposer une réponse à cette question. On peut tout d'abord avancer l'idée que la saisie de l'urbanité peut s'effectuer de deux façons⁵⁰ : la première relèverait de la saisie « théorique », statistique, du recensement d'indicateurs permettant d'évaluer la présence des réalités sociétales constituant un espace. La seconde tiendrait à la compréhension de la façon dont ces réalités sociétales sont effectivement réalisées, mises en pratiques, par l'ensemble des acteurs en présence. On envisage alors la manière dont l'urbanité théorique, virtuelle, est rendue effective, actualisée dans les faits, en s'interrogeant sur l'agencement effectif du couplage densité/diversité : il s'agit de l'urbanité en tant qu'elle est habitée, pratiquée par les individus. Plutôt que de considérer ces deux approches comme opposées, nous pouvons les apprécier comme deux étapes successives d'une même démarche cognitive. Dans cette optique, nous procéderons en trois étapes dans cette section : la première consistera à dégager les caractéristiques élémentaires de l'urbanité tout en soulignant l'intérêt de ce concept. Nous développerons ensuite la réflexion en discutant une grille d'analyse qui permet d'appréhender, de façon englobante mais synthétique, toute métropole en tant que société urbaine, et en formulant des propositions permettant d'y intégrer la dimension touristique. Enfin, et toujours à partir de cette grille, nous verrons comment il est possible d'apprécier l'urbanité d'un lieu par les pratiques des individus.

2.2.1. Les indicateurs fondamentaux de l'urbanité

L'urbain n'est pas tout, mais il est partout : il circonscrit désormais la "condition" de chaque individu et les enjeux de société possèdent, inévitablement, une forte dimension urbaine. En terminant sur cette affirmation sa recension du livre d'Olivier Mongin, Jacques Lévy (2006) souhaite confirmer la prégnance et l'importance de cette caractéristique sociétale. On peut effectivement utiliser le concept « urbain » pour désigner fondamentalement un mode d'organisation des sociétés.

2.2.1.1. L'urbain, un mode d'organisation des sociétés.

C'est Louis Wirth, qui le premier, nous proposait cette perspective avec son expression devenue célèbre **Urbanism as Way of Life** : « l'urbanisation ne dénote plus simplement le processus par lequel des gens sont attirés en un lieu appelé ville et incorporés à son système de vie : elle renvoie aussi à ce renforcement cumulatif des caractéristiques distinctives du mode de vie qui est associé

⁵⁰ Cela ressort de la distinction que l'on peut établir entre l'urbanité *a priori* et l'urbanité *a posteriori* (Lussault, 2003).

à la croissance urbaine ; finalement, elle renvoie à l'évolution vers des modes de vie reconnus comme urbains, qui se manifestent chez des gens qui - *où qu'ils soient* - ont subi l'influence que la ville exerce à travers le pouvoir de ses institutions et de ses personnalités grâce aux moyens de communication et de transport » (Wirth, 2004 (1938), p.259, souligné par moi). La lecture proposée ici de ce phénomène est un apport fondamental : il ne réduit pas l'urbanisation à une croissance spatiale des agglomérations mais à la diffusion d'un mode de vie particulier, non pas seulement dans les villes, mais, à partir des villes, au niveau de chaque lieu : tous les individus, quel que soit leur lieu de résidence, ont potentiellement un mode de vie urbain. Ce constat a été récemment renouvelé : « the city is everywhere and in everything. If the urbanized world now is a chain of metropolitan areas connected by places/corridors of communication then what is not the urban ? Is it the town, the village, the countryside ? The *footprints of the city* are all over these places, in the form of city commuters, tourists, teleworking, the media and the *urbanization of lifestyles*. The traditional divide between the city and the countryside has been perforated. Yet we still name cities and think of them as distinctive places » (Amin & Thrift, 2002, p.1, souligné par moi). En soutenant que la ville est partout et dans toute chose, les auteurs ne veulent pas dire que tout est de la ville, mais que l'empreinte de la ville a infusé l'ensemble de la société de par l'urbanisation des styles de vie. La ville ordonne et organise la vie quotidienne des êtres humains : les auteurs réaffirment là le caractère central de ce lieu, son « influence » sur les autres espaces des sociétés, tout en pointant le fait que le mode de vie urbain tend à se diffuser partout. Mais quelles sont alors les caractéristiques nous permettant de définir la dimension urbaine d'un espace ?

2.2.1.1. L'urbanité : des gradients et des degrés

Une première réponse à cette question pourrait consister à la reprise des différents critères utilisés par les organisations statistiques des états pour qualifier un espace d'urbain (cité in Carter, 1997, p.12) :

- i) specifically named settlements,
- ii) settlements designated urban by administrative status,
- iii) a minimum population,
- iv) a minimum population density,
- v) a contiguity constraint which is either inclusive areas or exclusive in order to set aside areas of loosely scattered settlement
- vi) the proportion engaged in non-agricultural occupations according to the varying bases of adult males, households or total population,
- vii) functional character.

S'il est nécessaire, pour les administrations, d'établir ce genre de critères⁵¹, il est difficile de s'appuyer dessus⁵² pour développer une compréhension fine du phénomène urbain et avoir une

⁵¹ Remarquons que ces sept principaux critères renvoient eux-mêmes à des seuils sensiblement différents : le minimum de population, par exemple, peut varier d'une centaine de personnes à plusieurs dizaines de milliers selon les pays.

⁵² Louis Wirth faisait déjà une critique d'une approche de l'urbain par les définitions des organismes statistiques : « Caractériser une communauté comme urbaine sur la seule base de la dimension est manifestement arbitraire. (...) »

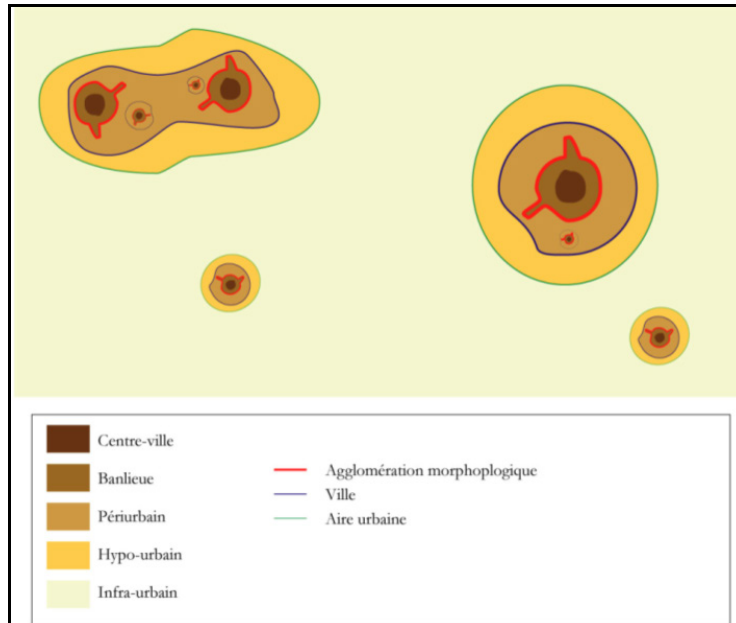
lecture systématique de ce processus à l'échelle mondiale. Il est nécessaire pour cela d'utiliser un raisonnement à haut niveau de synthèse. On peut repartir de la proposition selon laquelle « plus une communauté sera nombreuse, dense et hétérogène, plus seront accentuées les caractéristiques associées au phénomène urbain » (Wirth, 2004, p.264). La taille, la concentration et la diversité sont de ce point de vue les trois caractéristiques élémentaires pour évaluer l'urbanité d'un lieu. Il s'agit là d'une proposition très forte mais dont la formulation pourrait laisser sous-entendre que seul l'aspect démographique⁵³ entre en ligne de compte. Dès lors, avancer que « l'urbanité procède du couplage de la densité et de la diversité des objets de société dans l'espace » (Lussault, 2003) est une reformulation de cette proposition qui paraît plus précise. En plaçant au cœur de la définition de l'urbanité la combinaison entre densité et diversité, on s'autorise ainsi à formuler l'existence d'un nombre d'assemblages multiples. Chaque lieu – à quelque niveau d'échelle que ce soit – peut être envisagé selon sa dimension urbaine.

Le terme « urbanité » permet alors de discriminer à la fois des *degrés* d'urbanité pour différents type de lieu – métropole, ville, station, village, etc. – mais aussi des *gradients* d'urbanité composant un même espace – le centre, la banlieue, le péri-urbain, l'infra-urbain – (Lévy, 1994). L'illustration n°4 propose une schématisation de la disposition. Le centre, lieu où le couplage densité/diversité est le plus important, étalonne les autres géotypes moins denses et/ou moins divers : « à partir d'un niveau de centralité maximale, on obtiendra des géotypes privés d'une part de densité (le sub- et le péri-urbain) ou de diversité (le para- et le méta-urbain), l'infra-urbain cumulant les deux déficits. Il existe en effet un nombre limité de types d'urbanité: central, suburbain (banlieues agglomérées), périurbain (banlieues non agglomérées, rurbaines), infra-urbain (auxquels on pourrait ajouter un type para-urbain constitué d'urbanités "thématiques", trop homogènes pour entrer dans un des types précédents : "villes" industrielles ou touristiques, et un type méta-urbain variante du précédent liée aux emprises de transports (autoroutes, aéroports, gares, ports...) et aux espaces qu'elles induisent » (Lévy, 1994, p.320). Cette conceptualisation en termes de degrés et gradients d'urbanité est un apport majeur pour comprendre la dimension urbaine de l'espace : il permet d'envisager une organisation urbaine non pas comme un espace à l'urbanité homogène, mais comme un agencement de lieux qui ne sont pas urbains de la même façon. D'autre part, il autorise le dépassement d'une opposition entre la « ville » – autrefois la cité, aujourd'hui la métropole ou la métapole, et dont on aurait les plus grandes difficultés à définir les limites – et le « rural », ce dernier tendant à disparaître à l'échelle mondiale en tant que mode d'organisation principal des sociétés. Dans cette perspective, l'urbain est partout – même en campagne - mais selon des intensités différentes : le Monde peut alors être envisagé comme un continuum urbain (la « ceinture lumineuse » que l'on peut distinguer sur l'illustration n°5 représentant bien ce continuum urbain à l'échelle mondiale).

Bien plus, il n'est pas difficile de démontrer que des communautés comprenant moins d'habitants que le seuil fixé arbitrairement, mais situées dans le champ d'influence de métropoles, ont plus de raisons d'être reconnues comme urbaines que d'autres, plus importantes, mais qui mènent une existence plus isolée au sein d'une zone à prédominance rurale. (...) Tant qu'on identifie le phénomène urbain avec l'entité physique de la ville, en le considérant simplement comme délimité de façon rigide dans l'espace, tant qu'on procède comme si les caractères urbains cessaient brusquement de se manifester au-delà d'une frontière arbitraire, on n'a aucune chance de parvenir à une conception adéquate du phénomène urbain comme mode de vie. » (Wirth, 2004, p.258).

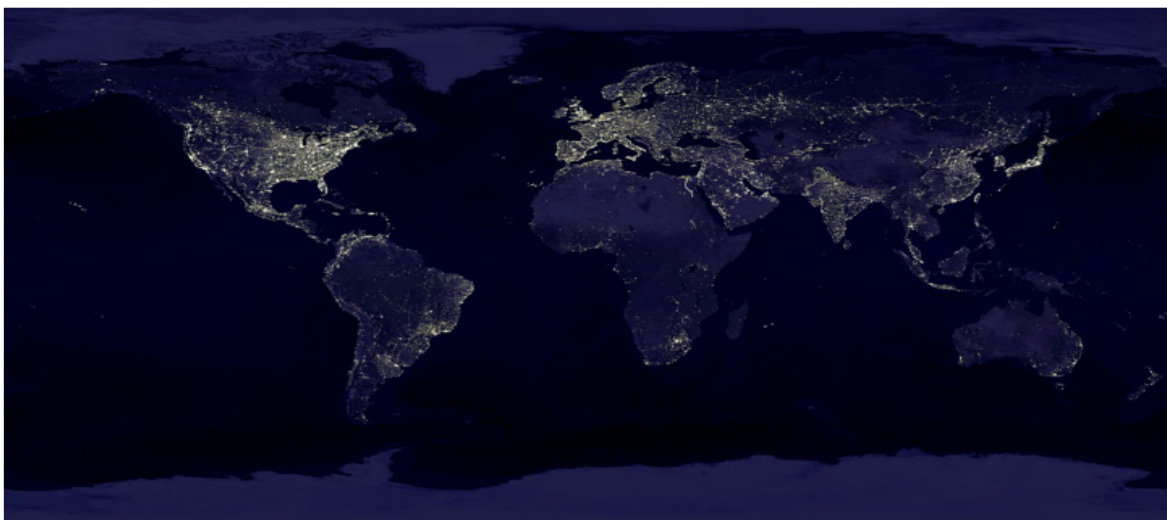
⁵³ L'emploi du terme « communauté », même s'il peut avoir une acception différente pour les anglophones, est doublement problématique dans la mesure où il ne semble pas prendre en compte la distinction effectuée par Tonnies entre la communauté (rurale) et la société (urbaine).

**Illustration n°4 :
Les gradients et les degrés d'urbanité**



Source : Stock et al., 2009

**Illustration n°5
Une trace du phénomène urbain à l'échelle mondiale**



Source : (Nasa) www.flickr.com/photos/gsfcr/8246931247/sizes/l/in/set-72157632175125121/

2.2.1.3. Conclusion

Les « villes » ne sont ainsi plus les seuls espaces urbains : « ainsi se forme ce concept nouveau : l'urbain. Il faut bien le distinguer de la ville. L'urbain se distingue de la ville précisément parce qu'il apparaît et se manifeste au cours de l'éclatement de la ville, mais il permet d'en reconsidérer et même d'en comprendre certains aspects qui longtemps passèrent inaperçus : la centralité, l'espace comme lieu de rencontre, la monumentalité, etc. » (Lefebvre, 2000, pp.76-77). La ville ne résume plus à elle seule le phénomène urbain : ce que l'on peut nommer « urbanité » a certes émergé dans les villes, mais ses caractéristiques essentielles se sont généralisées et sont aujourd'hui repérables ailleurs que dans des villes. Il convient dorénavant de prendre la ville comme l'un des géotypes urbains possibles parmi de nombreux autres types de lieux urbains. La ville correspond à une qualité d'espace spécifique : il s'agit en fin de compte de la configuration spatiale la plus urbaine, car disposant de la centralité et de l'espace public. Ces deux derniers éléments doivent donc être intégrés dans la définition de l'urbanité, à côté du couplage « densité / diversité » des réalités sociétales.

2.2.2. Les modèles métropolitains : une approche synthétique de l'urbanité

C'est une progression substantielle dans la réflexion sur l'urbanité des agglomérations (tableau n°8) que nous permet notamment d'effectuer la proposition des modèles d'urbanité (Lévy, 1999).

**Tableau n°8 :
Les « modèles métropolitains »**

	« Amsterdam »	« Johannesburg »
Densité	+	—
Compacité	+	—
Interaccessibilité des lieux urbains	+	—
Présence d'espaces publics	+	—
Importance des métriques pédestres	+	—
Co-présence habitat / emploi	+	—
Diversité des activités	+	—
Mixité sociologique	+	—
Fortes polarités intra-urbaines	+	—
Productivité marchande par habitant	+	—
Auto-évaluation positive de l'ensemble des lieux urbains	+	—
Autovisibilité et auto-identification de la société urbaine	+	—
Société politique d'échelle urbaine	+	—

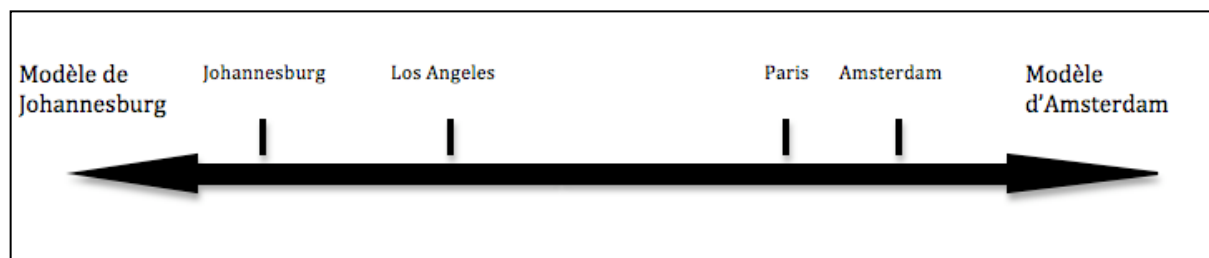
Source: Lévy, 1999, p.243

Cette conceptualisation reprend les critères de l'urbanité présentés ci-dessus (densité, diversité, espace public et centralité) en les complétant avec d'autres et enrichit d'autant plus la compréhension de l'urbanité des métropoles.

2.2.2.1. Des idéaux-types de métropole

Cette dichotomie permet de dégager les deux options ultimes qu'a une société en matière de développement d'une agglomération : l'une, qui assumerait son statut de ville (Amsterdam), l'autre (Johannesburg) qui le renierait. Ces deux lieux n'existent pas en réalité : il s'agit des deux représentations idéales-typiques de ce que peut être une agglomération. Dans les faits, Amsterdam est proche du « modèle d'Amsterdam », inversement pour Johannesburg. La douzaine d'indicateurs proposés pour différencier ces deux « modèles d'urbanité »⁵⁴ nous permet ainsi d'envisager de façon systématique les caractéristiques urbaines de toute agglomération. On peut relever qu'ils ne font pas tous référence au même registre : la morphologie urbaine, l'espace habité, les dimensions économiques et politiques sont intégrés à l'analyse de cette façon. Cela autorise une approche synthétique (dans la mesure où l'on évalue l'urbanité d'un lieu par « seulement » treize critères) mais complète puisque ce sont les principaux composants de ce qui fait la société urbaine (à l'échelle d'une agglomération) de l'urbanité d'un lieu. Remarquons que c'est avant tout l'urbanité relative qui est appréciée à travers ces modèles, c'est-à-dire par rapport à des objets spatiaux du même type, auxquels on peut les comparer. Amsterdam est ainsi considérée comme plus urbaine que Johannesburg car son organisation spatiale et son mode de fonctionnement permettent et valorisent la coprésence des réalités sociétales, ce qui en fait une véritable « ville » (Lévy, 2003). Cependant, les dynamiques qui les animent peuvent éloigner les objets spatiaux des idéaux-types : un étalement urbain trop important à Amsterdam pourrait la rapprocher du « modèle de Johannesburg », de même qu'une requalification des quartiers centraux de Johannesburg pourrait rapprocher ce lieu du « modèle d'Amsterdam ». Il n'y a pas de rupture radicale entre ces deux pôles : ce sont les extrémités (caricaturales, car jamais totalement atteintes) d'un *continuum* sur lequel on peut positionner – de façon toujours provisoire, l'urbanité d'un lieu étant évolutive – chaque espace urbain (illustration n°6).

Illustration n°6 :
Continuum de l'urbanité (relative) des métropoles



Source : Lucas, 2013

⁵⁴ L'une des limites que l'on pourrait formuler quant à cette approche pourrait être que ces modèles d'urbanité ne permettent de saisir non pas n'importe quel type d'espace urbain (comme pourrait le laisser sous-entendre l'expression « modèle d'urbanité »), mais seulement ceux suffisamment importants pour « faire société ». La formulation « modèle métropolitain » serait peut-être plus adéquate pour qualifier cette grille d'analyse.

Cette grille de lecture permet ainsi d'appréhender la façon dont l'urbanité d'un lieu est ordonnancée : cela correspond à une saisie a priori de l'urbanité, avec l'évaluation du potentiel issu de la configuration spatiale. Par cette synthétisation extrême (présence/absence), il est ainsi possible de raisonner à l'échelle de l'agglomération en dégagant les « tendances générales » qui sous-tendent son fonctionnement mais aussi de faciliter une comparaison de l'urbanité des différentes métropoles (urbanité relative).

On pourrait ainsi discuter⁵⁵ et revenir sur l'ensemble des treize indicateurs avancés. Par exemple, il faudrait se poser la question de savoir si la « mixité sociologique » existe réellement, si même elle a jamais existé. Et si c'est le cas, à quelle échelle se joue-t-elle ? Il y a certes des aires urbaines où la ségrégation est plus visible et plus structurante qu'ailleurs – Johannesburg, dont le développement a été fortement marqué par l'apartheid, en est l'exemple le plus illustre. Cependant, on peut constater, de manière commune à la plupart des métropoles, la mise en place de *gated communities* et autres « politiques de résidentialisation » qui semblent attester d'une dynamique contraire à celle d'une recherche de mixité sociale dans bien des métropoles proches du modèle d'Amsterdam. Concernant l'indicateur « importance des polarités intra-urbaines », on peut retourner le point de vue : du fait d'une urbanité globalement plus élevée sur l'ensemble de l'espace, peu de lieux se dégageraient véritablement comme des polarités au sein du modèle d'Amsterdam ; au contraire, à Johannesburg, on pourrait aisément dégager ces polarités du fait d'une urbanité générale faible. De même, le critère « présence d'espaces publics », est une formulation ambiguë : on peut effectivement avancer que certaines agglomérations ne disposent pas d'espace public. Mais cela ne se joue-t-il pas plutôt à l'échelle des gradients d'urbanité (centre, banlieue, péri-urbain, etc.) qu'à celle des degrés (métropoles, villes, etc.) ? Pour le dire autrement, est-ce à l'échelle de l'agglomération entière que cette présence / absence est pertinente ou à l'échelle des lieux qui composent cette agglomération ? Il est frappant de constater le peu de place accordé par exemple à des squares ou même à de simples trottoirs dans certains espaces périurbains ou zones commerciales de n'importe quelle agglomération. C'est certainement tout autant son utilisation effective par les individus, et donc son efficacité à rassembler la société urbaine, que sa présence ou non, qui est véritablement en jeu.

2.2.2.2 Les modèles d'urbanité à l'épreuve du touristique

Plutôt que de faire une exégèse complète des différents indicateurs et en acceptant l'idée que le tourisme intervient de façon cruciale sur l'urbanité des métropoles, il semble plus enrichissant de réfléchir sur la façon dont cette grille d'analyse pourrait prendre en compte la dimension touristique. L'ajouter comme un indicateur supplémentaire serait lui redonner un pauvre statut

⁵⁵ Il est délicat de commenter ces indicateurs sans savoir précisément ce à quoi ils renvoient. On peut cependant relever que l'utilisation de cette grille de lecture nécessite une réflexion sur la question des seuils : à partir de/jusqu'à quelle limite une agglomération est-elle compacte, est-elle dense, a-t-elle un PUB élevé ? Une solution serait, pour chacun de ces indicateurs, de faire la moyenne à partir des métropoles les plus importantes pour ensuite pouvoir placer chaque lieu par rapport à cette moyenne.

d'« activité »⁵⁶. De plus, si nous accordons du crédit au fait d'une diffusion mondialisée du tourisme, il ne serait pas un élément discriminant à cette échelle d'analyse (présence ou absence) : la dimension touristique est présente (dans des proportions différentes) à Amsterdam et à Johannesburg. On peut par contre avancer l'idée que la dimension touristique, en tant que vecteur de l'urbanité contemporaine, intervient « en amont » sur les indicateurs, et participe, au même titre que d'autres paramètres, de leur absence ou de leur présence (et donc diriger une agglomération vers l'un ou l'autre des modèles d'urbanité). Le tableau n°9 synthétise les hypothèses que nous pouvons formuler sur les modalités de la contribution de la dimension touristique à la dynamique urbaine.

Cela permettrait ainsi d'avancer l'hypothèse que le tourisme implique une augmentation de la densité d'un lieu : celle-ci serait déjà démographique, avec la concentration d'une population supplémentaire au centre-ville. D'autre part, par les opérations de réaménagement que la mise en tourisme nécessite, c'est également la densité du bâti et des objets présents qui est accrue. La dimension touristique ne semble pas avoir d'influence sur la compacité d'une agglomération (ni sur la co-présence habitat/emploi) : la superficie de cette dernière reste la même. Cependant, remarquons que « l'espace touristique » d'une métropole est compact, les pratiques des individus étant concentrées en centre-ville. Cette caractéristique permet de soutenir la proposition que le tourisme participe de la production de fortes polarités intra-urbaines, par l'émergence d'un Central Tourist District (Duhamel et Knafo, 2007)⁵⁷. De ce point de vue, il n'est donc pas sûr que le tourisme accentue l'interaccessibilité des lieux urbains : les touristes ne visitant qu'une partie restreinte de l'agglomération, il n'y a pas besoin d'augmenter les liens entre les différents quartiers d'une agglomération ; d'un autre côté cependant, une volonté de développement touristique implique une amélioration de l'accessibilité des lieux avec par exemple la mise en place de dispositifs tels que les « bus touristiques ». Un autre apport potentiel majeur du tourisme à l'urbanité d'un lieu concernerait l'importance des métriques pédestres : le touriste étant un utilisateur des transports en commun et un grand marcheur, plus la dimension touristique d'un lieu est importante, plus ce type de métriques seront structurantes. Cela est d'ailleurs en lien avec l'indicateur relatif à la présence d'espaces publics (ce dernier étant nécessaire pour le développement des métriques pédestres, lesdites métriques réalisant effectivement en retour l'espace public) : la mise en tourisme de la ville implique la réalisation et la valorisation de l'espace public, avec une esthétisation particulière, la mise en place d'icônes et la mise en valeur d'éléments relatifs au « patrimoine » et à la « modernité ». Si l'on accepte l'hypothèse que le tourisme met en avant les métriques pédestres et la pratique de l'espace public, on peut aussi avancer l'idée qu'il augmente la mixité sociologique d'une agglomération : la présence d'une population touristique, « étrangère » au lieu, implique un accroissement de la diversité culturelle (de plus en plus de nationalités sont représentées dans les grandes destinations que représentent les métropoles) et sociale, les touristes provenant de classes sociales diverses (à part quelques lieux d'exception). De plus, cette mixité sociologique n'est ni temporaire ni éphémère, la présence des touristes au cœur des métropoles étant « permanente » (bien que les touristes ne soient jamais les mêmes), en tout cas avec une saisonnalité beaucoup moins marquée que pour les autres

⁵⁶ Or, nous avons vu dans le chapitre précédent qu'il est plus enrichissant de penser le tourisme non pas comme « une simple activité fonctionnelle plaquée sur une organisation urbaine-support, mais comme un élément et un vecteur de l'affirmation de l'urbanité contemporaine » (Lussault & Stock, 2007, p.241).

⁵⁷ cf. Chapitre 1

lieux touristiques. Parallèlement à cette diversification des populations, on peut faire l'hypothèse que le tourisme accroît également la diversité des activités : il s'agit là d'ailleurs d'un des principaux arguments mis en avant par les responsables politiques. En s'ajoutant aux secteurs économiques déjà existants, le tourisme est vu par les autorités urbaines comme un outil de diversification de l'économie d'un lieu.

**Tableau n°9 :
La contribution du touristique aux modèles d'urbanité**

	Contribution du Tourisme :	Hypothèse quant à la modalité de cette contribution :
Densité	+	Présence d'une population supplémentaire en centre-ville
Compacité	–	Le tourisme ne semble pas avoir d'incidence sur la forme urbaine, même si l'espace touristique des villes est une configuration compacte, plus que celle des résidents.
Interaccessibilité des lieux urbains	+	La mise en tourisme d'une ville peut accroître les liens entre les lieux d'une agglomération.
Présence d'espaces publics	+	La pratique touristique de la ville reposant sur la modalité de récréation de la découverte, et s'organisant à partir des métriques pédestres, participe du renforcement de l'espace public ; aménagement urbain, mise en valeur du patrimoine architectural, etc.
Importance des métriques pédestres	+	Les touristes se déplacent notamment en transports collectifs et par la marche.
Co-présence habitat / emploi	–	La dimension touristique ne semble pas avoir d'effet sur cet indicateur.
Diversité des activités	+	Le tourisme est souvent considéré par les politiques comme un outil de diversification de l'économie des villes.
Mixité sociologique	+	Présence d'une population venant d'horizons culturels et sociaux différents.
Fortes polarités intra-urbaines	+	La dynamique touristique s'effectue par l'émergence et le renforcement de « nodalités » (CTD).
Productivité marchande par habitant	+	
Auto-évaluation positive de l'ensemble des lieux	–	Le tourisme induit un différentiel (positif ou négatif) de valeur entre les lieux d'une agglomération ; accroissement des distinctions.
Autovisibilité de la société urbaine	?	Hypothèse : les touristes appréhendent une ville dans son ensemble là où les résidents posent frontières, limites, etc.
Société politique d'échelle urbaine	–	Le tourisme est un enjeu supplémentaire : un développement efficace du tourisme à l'échelle métropolitaine impliquerait une coordination politique plus étroite à l'échelle de l'agglomération.

On peut supposer que le tourisme, par la même occasion, augmente ainsi la productivité marchande par habitant. Mais qu'en est-il de l'intervention du tourisme par rapport à l'auto-évaluation positive de l'ensemble des lieux urbains ? Dans un sens, on peut avancer l'idée que seules certaines parties de l'agglomération sont effectivement habitées par les touristes, cela accentuant la distinction entre les différents quartiers. D'un autre côté, tout lieu peut potentiellement être mis en tourisme, comme par exemple les ghettos à Rio de Janeiro ou les bidonvilles de Bombay. Cette caractéristique permettrait de soutenir l'hypothèse que le tourisme intervient dans le changement de valeur d'un lieu et lui donne un nouvel intérêt pour les résidents de la métropole concernée. Pour ce qui est de la « société politique d'échelle urbaine », les pratiques touristiques concernant principalement la ville-centre des métropoles, il est possible d'avancer l'hypothèse que cette situation accentue les conflits entre les acteurs des différentes municipalités.

2.2.2.3. Conclusion

Il y aurait deux façons d'exploiter cette grille de lecture : soit en travaillant chaque critère à partir d'indicateurs statistiques, soit en essayant de comprendre comment ils sont rendus effectifs par les pratiques des individus. Comprendre à quoi correspondent ces caractéristiques par rapport aux différentes manières de faire avec de l'espace des individus semble être une perspective de recherche plus à même qu'une approche quantitative pour disposer d'une meilleure compréhension d'un espace urbain en tant qu'il est habité. La dernière sous-section propose de dégager les principaux aspects de cette grille qu'il convient d'analyser pour travailler cette question.

2.2.3. L'urbanité, un agencement d'épreuves spatiales

L'approche exposée jusqu'à maintenant autorise ainsi une lecture systématique du caractère urbain d'un lieu, mais n'est pas totalement satisfaisante pour en comprendre toute la complexité, une dimension essentielle n'étant pas suffisamment soulignée : la question des pratiques est par trop implicite, sous-jacente. Bien sûr, tous les critères sélectionnés par cette grille d'analyse interviennent dans l'habitabilité d'une métropole. Cependant, on peut avancer l'idée que cette intervention s'effectue de façon indirecte pour un certain nombre d'entre eux. Par souci d'efficacité, nous pouvons nous focaliser sur les critères au cœur de la façon dont les individus habitent une métropole. Ainsi, la question de la densité/compacité (morphologie urbaine), des métriques, et de l'espace public sont les critères les plus importants pour comprendre les manières des individus de faire avec de l'espace : ils coïncident avec les épreuves spatiales dégagées lors de la première section de ce chapitre. Nous allons détailler dans ce passage comment les manières de faire avec de l'espace des individus nous renseignent fondamentalement sur l'urbanité d'un lieu.

2.2.3.1. La taille, le critère élémentaire

Si l'on examine de façon plus approfondie le critère de la compacité (tableau n°10)⁵⁸, on repère distinctement les deux modèles, Johannesburg arrivant au 4^e rang des agglomérations les plus étalées tandis qu'Amsterdam étant une des plus compactes. Constatons dès maintenant que l'agglomération de Los Angeles est caractérisée par l'une des superficies les plus importantes du panel, correspondant à l'image d'agglomération très étalée que l'on peut avoir sur ce lieu. Inversement, l'on ne s'attend pas nécessairement à retrouver New York en tête de ce classement. A côté de la superficie des agglomérations, leur densité (établie en croisant, pour chaque agglomération, les chiffres de la superficie et du poids démographique, toujours à partir des estimations proposées par François Moriconi-Ebrard) est un des indicateurs fondamentaux de l'urbanité.

**Tableau n°10 :
Comparaison de la superficie de différentes agglomérations du monde**

Agglomération	Superficie (km2)	Agglomération	Superficie (km2)
New York (2)	15 043	Paris (5)	3 158
Sao Paulo (24)	8 075	Londres (10)	3 137
Los Angeles (4)	7 070	Shanghai	2 720
Johannesburg	6 557	Miami (14)	2 575
Chicago (7)	6 397	Buenos Aires (18)	2 353
Tokyo (1)	6 091	Beijing	2 277
Mexico (25)	5 814	Madrid	1 785
Bruxelles	5 688	Rotterdam	1 785
Dallas (16)	5 415	Berlin	1 744
Boston (12)	4 921	Milan (20)	1 676
Osaka (3)	4 127	Rome	1 661
Washington (9)	4 085	Sydney	1 548
Séoul (11)	3 936	Hong-Kong (13)	1 428
Houston (23)	3 644	Amsterdam	809
Detroit (17)	3 350	Hambourg (21)	755
San Francisco (8)	3 300	Athènes	721

Réalisé à partir des données de Moriconi-Ebrard, 2003

Si Johannesburg se rapproche de son « modèle » (c'est l'aire urbaine la moins dense du panel), cela n'est pas le cas pour Amsterdam qui se retrouve plutôt en bas du classement, c'est-à-dire avec une densité relativement faible. Il ne devrait donc pas y avoir, dans le tableau des modèles

⁵⁸ Il s'agit là d'un apport considérable des travaux de François Moriconi-Ebrard (2003) : en appréciant la superficie des agglomérations à partir du critère de la continuité du bâti et non selon des considérations statistiques ou administratives, il devient possible d'établir une comparaison robuste (le même critère étant appliqué à l'ensemble des lieux) de l'ensemble des métropoles à l'échelle mondiale.

d'urbanité présenté ci-dessus, de « + » pour le critère densité à Amsterdam⁵⁹. De même, Los Angeles se retrouve, de manière plutôt surprenante, de façon contraire à l'idée reçue, en milieu de classement, devant Amsterdam et d'autres agglomérations que l'on pourrait croire a priori plus denses qu'elle (Berlin, San Francisco, New York, etc.).

**Tableau n°11 :
Comparaison de la densité de différentes agglomérations du monde**

Agglomération	Densité (hab./km ²)	Agglomération	Densité (hab./km ²)
Hong-Kong (13)	5 653	Sao Paulo (24)	2 154
Séoul (11)	5 253	Berlin	2 153
Buenos Aires (18)	5 226	Miami (14)	1 867
Tokyo (1)	4 908	San Francisco (8)	1 793
Athènes	4 476	Rotterdam	1 749
Shanghai	4 397	Amsterdam	1 717
Osaka (3)	3 644	Rome	1 701
Beijing	3 507	New York (2)	1 643
Mexico (25)	3 281	Washington	1 488
Paris (5)	3 119	Chicago (7)	1 419
Londres (10)	2 922	Detroit (17)	1 215
Hambourg (21)	2 909	Boston (12)	1 114
Madrid	2 616	Houston (23)	999
Milan (20)	2 280	Dallas (16)	826
Los Angeles (4)	2 235	Bruxelles	778
Sydney	2 211	Johannesburg	752

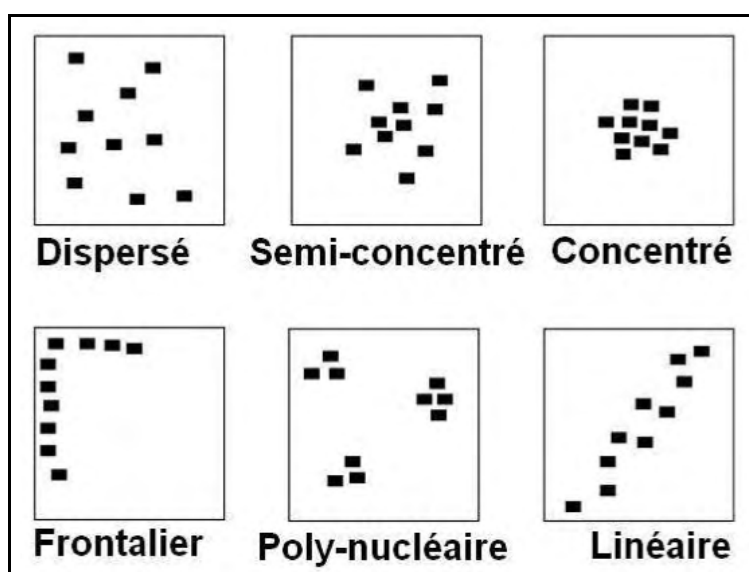
Réalisé à partir des données de Moriconi-Ebrard, 2003

Cela nécessite de se demander à quoi fait-on référence lorsque l'on évoque la densité d'un lieu. Un premier niveau de réponse à cette question est celui abordé par le tableau précédent, de la densité de la population : il s'agit de donner une indication du nombre de personnes par kilomètre carré. Il est en réalité souvent question de la densité résidentielle. Or cette dernière ne nous permet pas de saisir de façon satisfaisante la manière dont fonctionne un espace : un quartier d'affaires, composé de gratte-ciel (densité du bâti élevée), n'aura peut-être pas une densité résidentielle importante, mais sera pourtant très fréquenté dans la journée. Inversement, un quartier résidentiel composé de maisons individuelles, pourrait avoir une densité relativement importante, alors qu'il n'y a presque personne dans la journée. C'est ce qu'on pourrait nommer la *densité effective* d'un lieu qui semble cruciale pour comprendre l'urbanité d'un espace en tant qu'il est habité. Une évaluation de cette dernière nécessiterait de prendre en compte l'ensemble des populations qui l'habitent quotidiennement, c'est-à-dire également les habitants temporaires que sont les pendulaires, les excursionnistes et les visiteurs (touristes et voyageurs d'affaires). Cela permettrait alors de rendre compte du fait que le « centre » a une densité effective supérieure à

⁵⁹ L'expression « modèle d'Athènes » aurait été de ce point de vue plus adéquat : a priori très proche d'Amsterdam en termes de configuration urbaine, cette agglomération, par ailleurs cité européenne historique, semble être à la fois une des plus compactes et une des plus denses.

celles des autres gradients, du fait même de sa centralité, grâce à l'afflux d'une population temporaire (afflux dont ne bénéficient pas les autres gradients). L'autre aspect que l'on considère lorsqu'on évoque la densité et celle du bâti, est le nombre de bâtiments existant sur une surface donnée. Or, à densité équivalente, les configurations spatiales effectives peuvent être totalement différentes, comme tend à l'indiquer l'illustration n°7. Les six situations représentées ici ont une densité équivalente: chaque carré compte 10 points (un point peut représenter un habitant, un immeuble, une ville, etc.). La disposition différenciée de cette densité permet de faire l'hypothèse que « l'organisation, les relations entre les points, les conséquences de ces relations, les mobilités, les modes de vie ne sont pas les mêmes entre ces configurations, bien que la densité soit équivalente » (Fouchier, 2007).

**Illustration n°7 :
Les multiples dispositions spatiales d'une même densité**



Source: Fouchier, 2007

A travers cet exemple, on comprend comment la saisie statistique des différents indicateurs avancés est indispensable mais non suffisante pour apprécier précisément la dimension urbaine d'un espace lorsqu'on l'envisage en tant qu'il est habité. L'urbanité n'est, de ce point de vue, plus uniquement une question de présence de réalités sociétales dans un lieu intervenant dans la relation densité / diversité mais aussi une question de leur configuration spatiale, de l'organisation et de l'utilisation par la société de ces réalités sociétales. Il s'agit là d'un élément majeur à intégrer dans l'appréhension de l'urbanité : « à quelque échelle qu'on observe l'urbain, le problème de la disposition spatiale des objets de sociétés, disposition instituée et qui contribue à l'institution des modalités de relation entre les objets, paraît fondamental. A masse égale de densité et diversité, deux situations urbaines peuvent être qualifiées par une urbanité différente du fait même d'une différence d'agencement spatial et des potentialités particulières que celui-ci est susceptible d'offrir et qui, dans certaines circonstances, permet même à une entité urbaine de rattraper un déficit de diversité par une spatialisation efficace de la densité et des accessibilités et contacts qu'elle autorise » (Lussault, 2003, p.966, souligné par moi). C'est tout l'intérêt de la notion d'agencement (spatial) que d'insister sur le fait que l'espace résulte d'une construction, à la

fois matérielle, immatérielle et idéale. Le concept d'agencement permet de renvoyer à ce que les acteurs, et notamment les individus, font avec de l'espace : un agencement est propre à un acteur, même si ses composants (matériels et idéels) sont partagés par tous. Tout espace n'est pas qu'un donné pré-établi, mais résulte de la co-constitution par les acteurs qui l'habitent et lui donnent un sens particulier, sens qui change selon l'intentionnalité de leurs pratiques. Ce sont alors les manières de faire avec de l'espace de la part des acteurs qui sont au cœur de cette approche de la dimension urbaine d'un espace.

Par rapport à la conceptualisation en terme d'épreuves spatiales, c'est le problème scalaire, de **l'échelle** du lieu, dont il est directement question à travers le critère de la superficie, mais également celui du **cheminement**, et de la **maîtrise des distances** dans la mesure où elles sont déterminées par la taille de l'espace urbain : on peut faire l'hypothèse que ces deux épreuves seront autrement plus compliquées à gérer par un individu au sein d'une agglomération caractérisée par un étalement urbain important que s'il pratique une métropole compacte.

2.2.3.2. Habiter, c'est faire avec les distances

Cela nous permet ainsi de souligner le lien direct avec le problème des métriques. Envisager l'urbanité d'une métropole *en tant qu'espace* impose de se saisir du problème des distances entre les lieux et de leur gestion par les individus. Même pour une métropole, configuration spatiale reposant sur le principe de la coprésence des réalités sociétales, la mobilité occupe une place importante : « la mobilité est centrale pour la forme urbaine (...) c'est par la mobilité que les urbains s'approprient la diversité de la ville et organisent toutes espèces de rapports à l'altérité - de leurs activités, des autres habitants, des fonctions co-présentes dans l'espace urbain » (Lévy, 2003a). La question des métriques – en tant qu'elle implique de considérer l'espace public et la morphologie urbaine – constitue une entrée cruciale pour investir cette question. Ce concept de métrique peut synthétiser le « mode de mesure et de traitement de la distance » (Lévy, 2003b, p.609). Dans un premier temps, il est possible de distinguer deux principaux types de métriques : la métrique automobile, en rapport avec les véhicules motorisés individuels, et les métriques pédestres, en lien avec les piétons mais également avec les transports collectifs (ibid.). Il est possible d'affiner ce découpage et, plutôt que de rassembler les piétons et les transports collectifs par opposition aux autométries, on peut distinguer les métriques pédestres de ce que certains proposent d'appeler métrométries, afin d'envisager séparément « l'ensemble des mobilités dont le corps constitue le vecteur essentiel avec une très forte expérience du monde et des autres » (métriques pédestres) et « les déplacements "à expérience sociale", collectifs donc (métrométries) » (Dumont, 2008, p.84)⁶⁰. Cependant, la distinction entre les deux peut-elle réellement porter sur ce dernier aspect ? On pourrait objecter que la métrique pédestre est aussi un déplacement à « expérience sociale » ; la différence pourrait éventuellement se situer sur les distances qu'il est possible de gérer avec ces différents modes de déplacement. Cela inclurait à la fois une question d'échelle (un individu choisira d'utiliser l'une ou l'autre des modalités selon la distance) – d'où son lien avec le critère compacité – et une question d'implication de la société

⁶⁰ L'auteur ajoute judicieusement un quatrième type de métrique, les *e-métriques* pour nommer notamment les supports immatériels des déplacements (télécommunication) qui offrent « l'expérience unique de la présence distante » (ibid.)

locale (les métrométriques nécessitent des infrastructures et un niveau d'équipement beaucoup plus importants que la métrique pédestre). Car cette question des métriques renvoie fondamentalement à celle de la question des infrastructures et à l'offre disponible au sein d'une agglomération en matière de transport. La présence d'équipements comme le tramway, et plus encore le métro, pourrait être un critère pour définir une agglomération en tant que métropole : il s'agit d'infrastructures discriminant l'urbanité d'un lieu (la très grande majorité des « Petites et Moyennes Villes » ne disposent pas d'un – réseau de⁶¹ – tramway et/ou d'un métro, faute notamment de taille critique)⁶². Cela nécessite un investissement (économique, cela représente un coût financier important, mais également culturel) de la part des résidents : c'est un véritable projet de société. C'est en ce sens que les métriques pédestres (et donc l'espace public) constituaient l'un des critères posés pour différencier des modèles d'urbanité : celles-ci sont présentes (« + »)⁶³ pour le modèle d'Amsterdam mais pas dans celui de Johannesburg. L'idée défendue ici est que les métriques pédestres préserveraient le caractère public de l'espace tandis que les métriques automobiles tendent à le privatiser : sous cet angle, « ces deux modalités de la mobilité sont aussi des manières distinctes de construire la ville et d'agencer l'espace ; elles s'opposent au point de constituer le noyau dur de deux modèles urbains antinomiques » (Lévy, 2003b, p.609.). On peut ainsi soutenir l'idée que la manière de gérer la distance entre deux réalités sociétales d'un individu va être le résultat d'un arbitrage entre de multiples paramètres : « l'option d'un déplacement en transports publics ou en automobile implique des notions complexes et fortes telles que la fiabilité, la sécurité, le confort, le rapport public/privé, etc. La dynamique des espaces urbains et notamment l'opposition entre les styles urbains du centre-ville et du périurbain, tient pour beaucoup à une gestion différenciée des métriques, par les citoyens autant que par les décideurs » (Lévy, 2003, p.609). Une première confirmation de cette hypothèse est apportée par les résultats d'une enquête réalisée à Tours (Cailly, 2008), où de remarquables différences en matière de choix des modes de transports utilisés ont été observées en fonction du lieu de résidence des individus (illustration n°8). Les différents gradients d'urbanité (hyper-centre, centre, banlieue, péri-urbain, etc.) ne se distinguent donc pas seulement d'un point de vue architectural, morphologique, mais correspondent également à des manières différenciées de faire avec de l'espace de la part des résidents notamment (ces manières correspondant seulement en partie aux infrastructures présentes : ce n'est pas parce qu'il y a une ligne de métro qu'elle est utilisée par la majorité des individus⁶⁴).

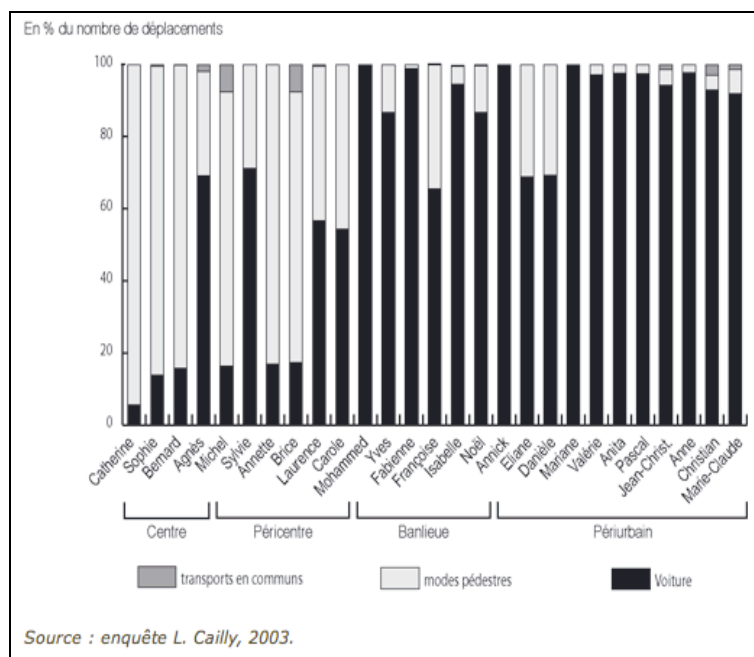
⁶¹ Car c'est en tant qu'ils constituent un réseau qu'il faut apprécier les différentes métriques : une ligne (de métro, tramway, d'autoroute voire même une rue piétonne) seule a une efficacité limitée.

⁶² Inversement, ce n'est pas parce qu'une agglomération aura une masse suffisante qu'elle aura forcément ces infrastructures.

⁶³ Peut-être faudrait-il formuler la proposition en insistant sur le fait que c'est la **diversité des métriques** (précisément garantie par la présence des métriques pédestres) et non pas la présence de ces seules dernières qui est discriminante pour l'urbanité d'une agglomération : une agglomération sans voiture est-elle plus urbaine qu'une agglomération avec ? De ce point de vue, plus la diversité des métriques est importante, plus l'urbanité du lieu est élevée.

⁶⁴ La présence d'une infrastructure relève d'une analyse *a priori* de l'urbanité, tandis que son utilisation effective correspond à une étude *a posteriori* de cette dernière.

Illustration n°8 : Correspondance entre gradients d'urbanité et métriques



Source : Cailly, 2008

Loin d'être de pures constructions théoriques, les gradients d'urbanité correspondent à des modes d'habiter et des façons de gérer les distances différents⁶⁵. On constate très clairement à partir du précédent graphique que les métriques pédestres sont très utilisées par les résidents du centre et du péri-centre tandis que ceux de la banlieue et du péri-urbain font, de façon opposée, essentiellement usage de la métrique automobile (les transports en commun étant très peu utilisés dans les deux cas⁶⁶). Les configurations matérielles caractéristiques des différents gradients d'urbanité peuvent être envisagées en tant que conditions de possibilités (ou d'impossibilité) des métriques pédestres : « marcher dans la rue implique : 1/ l'agencement d'un ensemble d'objets fabriqués (murs, trottoirs, bordures, caniveaux, bateaux, chaussées, passages aménagés ou cloutés, signalisation lumineuse...) qui assurent de multiples déplacements, dont celui du piéton ; 2/ une position des publics dans un emploi du temps : que l'on soit jeune, scolarisé, actif, retraité, homme ou femme, etc., les présences obéissent à des emplois du temps ; 3/ enfin, sur le plan du comportement individuel, une façon de régler sa marche sur celle des autres et selon les objets qui sont disposés dans l'environnement. (...) Chacun est donc, dans un temps donné, en situation d'ajuster son comportement à celui des autres – comportement, en ce sens, individuel (j'agis) et collectif (je réagis et m'ajuste au comportement d'autrui et à celui des objets). L'évitement, le frôlement, par exemple, relèvent de règles qui, si elles ne sont pas ou peu explicites, n'en sont pas moins contraignantes. (Toussaint, 2009, p.498) C'est de ce point de vue

⁶⁵ De même les résultats d'une enquête à partir du cas de la métropole parisienne permettaient de faire l'hypothèse de différents types « d'habitus d'urbanité » : « on peut en fait, plus largement, tenter de regrouper les habitus d'urbanité en deux grandes familles : celle pour qui l'espace urbain apparaît comme une valeur en lui-même et renvoie dans le registre politique à une forte qualification simultanée de la société et de l'individu. (...) Celle pour laquelle l'espace urbain est peu présent ou rejeté et où les valeurs collectives sont centrées sur l'Etat ou une forme quelconque de communauté. » (Lévy, 1994).

⁶⁶ Cela confirme l'intérêt de distinguer ces métrométries des métriques pédestres

que « l'urbain est difficilement observable sans prendre en considération les objets qu'il requiert et que les interactions humaines mobilisent », et pourquoi il faut prendre « tout à fait au sérieux les dispositifs techniques et spatiaux de l'urbain (pour) observer l'activité urbaine » (Toussaint, 2009 p.469).

2.2.3.3. Habiter, c'est faire avec l'espace public

Ce développement alimente une perspective d'investigation particulièrement stimulante de ce lien entre cadre bâti et pratiques, le premier pouvant être considéré comme les *conditions de possibilité* des secondes : « par aménagements matériels, nous entendons l'ensemble des infrastructures et des accessoires nécessaires ou utiles au marcheur. Par infrastructures, nous entendons tout d'abord les dispositifs mis à disposition des marcheurs : trottoirs, passages-piétons, passerelles » (Lavadinho & Winkin, 2005)⁶⁷. La dimension matérielle est importante pour apprécier le caractère urbain d'un lieu. Le nombre, la densité et la diversité des immeubles, des transports, des infrastructures est en effet un aspect à intégrer : « les signes de l'urbain, ce sont les signes du rassemblement : les choses qui permettent le rassemblement (la rue et le sol de la rue, pierre, asphalte, trottoir, etc.) et les stipulations du rassemblement (sièges, lumières, etc.). Qu'est-ce qui évoque avec le plus de force l'urbain ? Le foisonnement des lumières, la nuit, surtout quand on survole une ville – l'éblouissement des clartés, néons, enseignes lumineuses, incitations de toutes espèces – l'accumulation simultanée des richesses et des signes » (Lefebvre, 1970, p.259)⁶⁸.

C'est bien alors l'espace public⁶⁹, défini « de manière simple comme l'espace ressortissant strictement à la sphère public, c'est-à-dire tout espace n'appartenant pas à une "personne morale de droit privé" (...) et caractérisé par les rues, trottoirs, places, jardins, parcs, mais aussi délaissées de voirie, terrains vagues, parkings, etc. » (Lussault, 2003, p.333) qui devient un élément clé de la réflexion. Et c'est précisément pour cela que la « présence d'espace public » était l'un des critères discriminant des modèles d'urbanité : « ce qui manque aux villes nouvelles, qui « présentent le plus triste visage d'une urbanité non advenue, un "paysage entier de manques" (...) absence de rues, absences de places, absence de marchés, d'échoppes et de boutiques, absence de proximité (échangée contre la promiscuité), absence de cafés, de restaurants, de passages absence de jardins et aussi absence tragique de services" » (Jean-Christophe Bailly cité in Joseph, 1998, p.106). On rejoint ainsi le lien qui a déjà été finement tissé entre la marche et l'urbanité d'un espace, « l'acte de marcher est au système urbain ce que l'énonciation est à la langue ou aux énoncés proférés. Il a en effet une triple fonction énonciative : c'est un procès d'appropriation du système topographique par le piéton, c'est une réalisation spatiale du lieu et il implique des relations entre des positions différenciées, c'est-à-dire des contrats pragmatiques sous la forme de

⁶⁷ Les individus ne sont pas démunis face mais disposent d'*équipements* pour accompagner leurs pratiques : « les accessoires constituent le deuxième volet des aménagements matériels de la marche. On peut distinguer les accessoires facilitant la marche (chaussures et autres équipements dérivés du monde sportif) de ceux embarqués dans la marche, mais dont la fonctionnalité est liée à des activités connexes (téléphone portable, baladeur sacs à dos, lunettes) » (Lavadinho & Winkin, 2005).

⁶⁸ De ce point de vue, l'illustration n°5 permet sans doute d'avoir une vision plus juste de l'importance du phénomène urbain à l'échelle mondiale qu'une carte de densité de population.

⁶⁹ Il faudrait sans doute plus justement parler « d'espace commun » (cf. Lussault, 2003c).

mouvements. » (Certeau, 1990, p.148). Par cette affirmation, Certeau avance l'hypothèse forte que le caractère urbain d'un lieu se réalise par la pratique des individus, et plus précisément par rapport à la métrique pédestre : « en marchant dans la ville, je fais advenir la ville, je participe à sa co-construction; je suis un acteur qui contribue à son maintien et à son essor. C'est parce que j'y marche que ce rouleau de goudron devient un trottoir et que ces bandes de couleur jaune deviennent un passage piétons. Pas-à-pas, je "re-enacte" la ville. Les marcheurs font la ville par leur acte de marcher » (Certeau, 1990 cité in Lavadinho et Winkin, 2006). Une piste d'investigation stimulante a également été proposée par Isaac Joseph quant aux implications de la marche. Pour lui, cela représente en effet « en milieu urbain, (...) une activité concertée, pétrie d'interactions aussi bien avec d'autres piétons, qu'avec le paysage, les obstacles et les équipements du terrain. Marcher, c'est forcément naviguer, observer et agir en même temps; c'est ajuster son allure, sa direction, le contact physique avec l'environnement d'humains et d'objets » (Joseph, 1998, p.15). On comprend ainsi que les métriques pédestres (et la marche plus particulièrement) sont autant envisagées pour elles-mêmes que parce qu'elles représentent une clé de lecture essentielle pour appréhender le problème de l'espace public. C'est cet espace public que l'on doit placer au centre d'une recherche sur l'urbanité d'un espace en tant qu'il est habité, continuellement agencé par les différents acteurs : cela implique en effet, comme cela a été avancé dans les citations précédentes, de tenir compte de ce que font les individus par rapport à la configuration spatiale, au cadre bâti, mais également par rapport aux autres individus, au « contexte social ».

L'espace public peut être en effet, considéré dans une deuxième acception (complémentaire de la première), comme un « espace accessible à tout le monde » (Joseph, 1998, p.119), « qui a la capacité de résumer la diversité des populations et des fonctions d'une société urbaine dans son ensemble » (Lévy, 2003, p.336). L'utilisation de la notion d'accessibilité sert ici à souligner que c'est la potentialité - dans la mesure où celle-ci est (re)connue par chacun des individus -, de la coprésence de l'ensemble de la société urbaine qui est importante, et non sa réalisation effective totale, de toute façon peu probable : « un espace public n'est pas simplement un espace libre, simple dégagement ou prolongement de l'espace privé du logement, ni même l'espace collectif appropriable par une communauté de voisinage. (...) Et c'est parce que la rue est vécue d'abord comme espacement, comme espace social régi par la distance (distance dans la coprésence), sans présupposer le plus souvent les solidarités et les proximités d'une société d'interconnaissance, qu'elle est le domaine par excellence des relations sociales entre étrangers » (Joseph, 1998, p.52). Cela implique deux caractéristiques importantes de l'urbanité pour l'auteur : ce qu'il nomme *civil inattention* (Joseph, 1998, p.100) ce certain détachement qu'ont les individus les uns envers les autres, qui en serait une condition *sine qua none*, inhérente au caractère sociétal de l'urbain, sans laquelle la cohabitation au sein de l'espace public serait impossible, intenable ; et la *serendipity*, cette « capacité à faire d'heureuses découvertes par hasard, à découvrir une chose ou une situation alors qu'on en cherchait une autre » (Joseph, 1998, p.63) qui en serait une conséquence, la ville conduisant « des individus socialement très distants, ou d'origines culturelles différentes, à vivre à proximité les uns des autres » (Joseph, 1998, p.100). Ce sont les épreuves spatiales du **placement** et du **découpage** qui sont impliquées au sein de cette problématique de l'espace public.

2.2.3.4. Conclusion

De ce point de vue, l'urbanité ne relève pas seulement de la présence, plus ou moins importante statistiquement, des indicateurs avancés précédemment, mais plus subtilement de la manière dont les individus font avec ces éléments, ce que cela implique pour eux, la manière dont ils agencent l'espace, dont ils valident effectivement (ou non) les infrastructures présentes, dont ils acceptent les normes spatiales et les significations multiples assignées aux lieux urbains. L'urbanité en tant que configuration spatiale correspond à un assemblage d'épreuves spatiales que doivent gérer les individus.

2.2.4. Conclusion

La grille d'analyse que représentent les « modèles d'urbanité » appréhende de façon ambitieuse l'urbanité dans les différentes dimensions de son aspect sociétal, à la fois de façon exhaustive (l'ensemble des principaux éléments permettant de comprendre le fonctionnement d'une métropole sous ces principaux aspects) et synthétique (puisque cela repose sur une approche dichotomique correspondant à la présence ou à l'absence des dimensions). Cela permet de dégager les principaux critères distinctifs participant de la définition de l'urbanité d'une métropole. Cette grille d'analyse nous permettra ainsi d'envisager l'urbanité *a priori* de Los Angeles (cf. chapitre 3) tandis que nous reviendrons sur les hypothèses et propositions quant à la contribution du touristique à l'issue de la restitution de l'enquête empirique, dans la conclusion générale.

Si toutes les dimensions participant de cette dichotomie idéale-typique interviennent dans l'habitabilité d'un espace, on peut cependant estimer que certaines semblent être plus importantes que d'autres, en tout cas concernent directement les individus dans leurs pratiques. La réflexion a permis d'apporter certains éléments permettant de défendre l'idée que l'urbanité relève des modes de vie des individus : « comment les espaces urbains sont-ils habités ? » devient ainsi une question centrale pour en proposer une analyse fine. C'est le rapport des individus à de l'espace dont il est fondamentalement question ici : comprendre comment les individus habitent un lieu permet d'approcher, d'une certaine façon (il y en a d'autres possibles), la dimension urbaine d'un lieu. Cela nécessite de s'intéresser particulièrement à la pratique de l'espace public par les individus et aux métriques. La dimension matérielle de l'urbanité est alors envisagée en tant que conditions de possibilité tout autant que résultat actualisé de la pratique des individus. L'urbanité est alors considérée comme un agencement particulier de l'espace.

2.3. Conclusion et hypothèses de travail

Ce chapitre a donc proposé de développer un dispositif conceptuel permettant d'aborder le problème que constitue l'habiter touristique d'une métropole à travers la question de savoir comment les touristes, justement, habitent une métropole et quelles incidences ces manières de faire avec de l'espace ont sur l'agencement urbain du lieu. Une telle formulation implique en effet de prendre en compte tant la question de l'"habiter" (les manières dont les individus font avec de l'espace), que le problème du "lieu" (une métropole n'est pas n'importe quel lieu, et l'on peut supposer que cette spécificité a des effets sur les manières de faire des individus autant que ces dernières en ont sur la configuration urbaine). Cette recherche repose donc sur deux principales ambitions, distinctes mais pas dissociées, imbriquées dans une interrelation dont l'argumentation précédente en a proposé une articulation. La première consiste à avoir une meilleure compréhension des manières dont les touristes font avec de l'espace au sein d'une métropole, des pratiques pour "pour elles-mêmes" en quelque sorte, en se focalisant sur les arbitrages effectués par les individus (et les compétences qui informent ces décisions), pour habiter touristiquement une métropole et gérer les différentes épreuves spatiales. On peut considérer tout espace urbain comme un ensemble d'épreuves, et faire l'hypothèse que l'importance et la difficulté des épreuves spatiales sont proportionnelles à l'urbanité d'un lieu. Le second défi de connaissance abordé est la participation à une analyse fine de l'urbanité des métropoles, en tant que cette urbanité est co-constituée, agencée par les pratiques des individus. L'urbanité correspond de ce point de vue véritablement à une problématique de l'espace en tant qu'il est habité : il est nécessaire de saisir l'engagement des individus et de leurs pratiques dans leur diversité et leur multiplicité pour comprendre les espaces urbains en tant qu'agencements. L'urbanité tient véritablement de la « qualité de l'espace », c'est-à-dire ce qui est propre à un espace par rapport à un usage, à une stratégie donnée (Brunet, 1993). Il s'agit d'un concept permettant « de préciser ce qui fait le lieu, les éléments qui en sont constitutifs tels que l'accessibilité, le paysage, la densité et la diversité des éléments sociétaux, interprété par les individus pour certaines pratiques. Il s'agit de la combinaison localisée et localisante d'éléments » (Brunet, 1993 cité in Stock 2004).

De façon synthétique, il est donc possible d'envisager toute configuration urbaine en général et les métropoles en particulier comme un ensemble d'*épreuves spatiales* interdépendantes par rapport auxquelles les individus doivent mobiliser des *compétences* et leur *capital spatial* afin d'*habiter* ce lieu, de faire avec cet espace. Une métropole en tant que lieu touristique, constitue un espace du hors-quotidien qui comporte une charge d'altérité (plus ou moins importante) pour un individu : les épreuves spatiales se font autrement plus présentes de son point de vue que lorsqu'il s'agit d'un espace du quotidien dont la pratique relève pour lui de l'ordre de la « routine ». L'espace pose problème de façon accrue. Cette situation permet alors de rendre visible la présence (ou non) de compétences qui peuvent être « intériorisées », « incorporées » par un individu.

A la lumière de ce cadre conceptuel, nous pouvons alors énoncer quelques hypothèses pour nous guider dans la réflexion. Cette recherche s'articule sur une hypothèse principale : **la manière d'habiter touristiquement Los Angeles varie en fonction du capital spatial et des compétences dont disposent les individus.** Pour le formuler autrement, cela signifierait que les individus

disposant d'un capital spatial et de compétences élevées n'auraient pas de difficultés à mener à bien les pratiques correspondant à leur projet touristique. Inversement, les touristes ayant un capital spatial faible et/ou une carence en termes de compétences, éprouveront plus de problèmes pour habiter touristiquement cette métropole. Afin de compléter cet énoncé, nous pouvons proposer une déclinaison d'hypothèses spécifiques aux différentes épreuves spatiales dégagées précédemment. Cela nous permettra d'avoir une meilleure compréhension des manières de faire avec de l'espace des touristes, du fonctionnement de l'espace touristique de Los Angeles en tant qu'il est habité, et d'avoir des éléments de réflexion sur les effets des pratiques touristiques quant à l'urbanité de cette métropole.

On pourrait ainsi tout d'abord proposer l'hypothèse que **les individus ont des manières sélectives d'habiter touristiquement Los Angeles**. Cette hypothèse met à l'épreuve l'idée que la pratique touristique des métropoles se fonde essentiellement sur la modalité de recreation qu'est la « découverte »⁷⁰ (Stock et al., 2003, p.30) : on peut soutenir l'idée que les touristes souhaitent classiquement découvrir et connaître le plus possible d'une métropole. Cela ne serait pas le cas à Los Angeles, la dimension scalaire et la configuration spatiale de l'aire urbaine posant problème : les touristes n'auraient pas une pratique ample, ouverte et reposant sur une certaine sérendipité pour faire l'expérience du lieu mais au contraire relativement sélective, ponctuelle, précise de l'espace urbain. Cela suggère que, par leurs manières de faire avec de l'espace, les touristes mobilisent des compétences pour opérer une sélection rigoureuse des lieux au sein de l'agglomération. Dans le même ordre d'idée mais à un deuxième niveau d'analyse, on peut faire l'hypothèse qu'il y a ce faisant une actualisation par les touristes des découpages spatiaux effectués par les autres opérateurs : la distinction entre les lieux pratiqués par les touristes et leur « environnement proche » serait de ce point de vue précisément repérable, plus seulement en raison de l'appropriation spécifique de l'espace public, de la mise en scène inhérente aux lieux touristiques, mais également par les manières de faire différenciées et différenciantes de l'espace par les individus.

Un lien étroit peut être établi à partir de cet aspect avec l'hypothèse selon laquelle **l'ampleur (et la complexité) du cheminement dépend du capital spatial et des compétences des individus**. Cela implique qu'il y a un nombre conséquent de lieux à visiter pour les touristes. Ces derniers doivent donc, dans un temps imparti, mettre en relation un ensemble de lieux par la réalisation d'un parcours. La question se pose avec d'autant plus d'acuité à Los Angeles de par les dimensions de l'aire urbaine : on peut vraisemblablement imaginer que la taille de l'agglomération accroît la difficulté de cette épreuve, que le type de cheminement effectué par les touristes va dépendre du capital spatial et des compétences dont ils disposent.

La manière d'habiter touristiquement Los Angeles n'est pas discriminée en fonction des différentes métriques mais par le capital spatial et les compétences dont disposent les individus pour les utiliser et exploiter pleinement leurs avantages respectifs. Cette hypothèse, qui répond à la question de savoir comment les touristes font pour gérer les distances au sein de cette aire urbaine, est particulièrement importante par rapport à une agglomération où la métrique automobile est très prégnante (cf. chapitre 3) : on pourrait imaginer qu'il est impératif pour un

⁷⁰ Par rapport au « repos » et au « jeu » (ibid.)

touriste d'avoir une voiture pour mener à bien son projet touristique. L'hypothèse avancée soutient que ce n'est pas le cas et que toutes les métriques sont efficaces pour effectuer ses pratiques touristiques à Los Angeles, à condition d'avoir les compétences nécessaires pour les utiliser. Ne pas avoir une voiture ne limite pas le touriste, ne l'empêche pas d'avoir une pratique développée de Los Angeles, s'il a suffisamment de compétences pour utiliser les transports en commun. Inversement, le fait de se déplacer en voiture peut se révéler être un handicap si l'individu ne possède pas les compétences pour conduire « facilement », « agréablement », à Los Angeles.

Le placement – en terme d'hébergement – sera d'autant plus important pour un individu que son niveau de capital spatial et de compétences est faible. Le placement, du point de vue de l'hébergement (qui n'en constitue que l'une des nombreuses modalités), n'est pas évident, ne va pas de soi au sein d'une métropole où il est communément admis qu'« il n'y a pas de centre ». Alors que le centre-ville correspond à la principale option de placement dans le cas du modèle classique de la métropole touristique, cet aspect ne serait pas possible par la configuration spatiale de Los Angeles. Si cette situation offre un « domaine des possibles » plus important, cela augmente l'enjeu que constitue la gestion de cette épreuve spatiale par les touristes, notamment pour ceux qui ont un capital spatial et/ou des compétences faibles. Un mauvais placement sera, pour ces derniers, pénalisant quant à la manière d'habiter touristiquement cette métropole. Cela souligne par ailleurs le fait que, sous cet aspect, la stratégie de placement est cruciale par rapport à la gestion des autres épreuves spatiales.

Los Angeles ne correspond pas au modèle classique de la *métropole touristique*. De façon concordante aux différentes hypothèses avancées, et d'une façon synthétique, puisque c'est le problème de la qualité (touristique) du lieu qui est alors envisagée, on peut proposer l'hypothèse que Los Angeles n'est pas une métropole touristique telle que nous avons pu en proposer des éléments de description (cf. chapitre 1). Cette agglomération se différencierait tant par sa mise en tourisme que par le fonctionnement de l'espace touristique.

Le prochain chapitre permet justement d'apporter de premiers éléments de réponse à cette dernière hypothèse. Une analyse a priori de l'urbanité et de la touristicité de ce terrain est proposée en guise de contextualisation, de présentation du « laboratoire » choisi pour travailler empiriquement cette problématique de « comment les individus habitent touristiquement une métropole ».

Chapitre 3

Los Angeles, un simple « non » de ville ?

“I used to like this town. A long time ago. There were trees along Wilshire Boulevard. Beverly Hills was a country town. Westwood was bare hills and lots offering at eleven hundred dollars and no takers. Hollywood was a bunch of frame houses on the interurban line. Los Angeles was just a big dry sunny place with ugly homes and no style, but goodhearted and peaceful. It had the climate they just yap about now. People used to sleep out on porches. Little groups who thought they were intellectual used to call it the Athens of America. It wasn't that either, but it wasn't a neon-lighted slum either.”

(Raymond Chandler, *The Little Sister*, 1949, p.357)

Nous avons, dans les deux premiers chapitres, effectué tout d'abord un « inventaire critique » de l'état actuel des connaissances portant sur la dimension touristique des métropoles, puis proposé un cadre conceptuel permettant de mieux comprendre comment les individus peuvent habiter touristiquement une métropole avec les effets de cette pratique sur l'urbanité de ce type de lieu. La troisième étape de cette procédure consiste donc à présenter le terrain de l'enquête choisi pour se saisir empiriquement de cette problématique. Il s'agit de Los Angeles. De nombreuses recherches dans le domaine des études urbaines ont été réalisées sur cet espace urbain, aussi bien pour décrire son développement historique que son fonctionnement actuel. Comment alors présenter cette agglomération de façon originale ? L'argumentation de ce chapitre s'articule autour de deux principales propositions : l'une qui aurait tendance à atténuer le caractère exclusif (cette aire urbaine ne serait pas une « ville », en forçant le trait) qu'il est fréquent d'accorder à Los Angeles dans les études urbaines ; l'autre au contraire, qui repose sur l'hypothèse que Los Angeles est un lieu touristique atypique, ne correspondant pas au modèle classique de la « ville touristique » ou de la « métropole touristique », et que je propose de qualifier de métropole touristique. Pour proposer une description du contexte dans lequel s'inscrit cette recherche, nous nous attacherons à travailler dans un premier temps l'urbanité *a priori* de Los Angeles (c'est-à-dire telle qu'on peut l'envisager à partir de données statistiques) : afin d'être en adéquation avec la perspective théorique adoptée, nous focaliserons notre attention sur la description de l'espace en tant qu'il est rendu habitable pour les individus. Nous nous appuierons pour cela sur la grille des modèles d'urbanité en l'appliquant à la situation de Los Angeles. La seconde étape consistera à présenter des éléments de description de la touristicité (elle aussi *a priori*) de cette aire urbaine. Nous mobiliserons pour cela dans les deux cas, tout à la fois les ressources bibliographiques aussi bien que des indicateurs statistiques pour alimenter notre réflexion.

3.1. Los Angeles, un modèle d'urbanité ?

Los Angeles ne laisse personne indifférent. Ni la société civile, pour qui cela représente un lieu à l'imaginaire très fort, ni les chercheurs en sciences sociales, pour lesquels c'est une agglomération digne d'intérêt, si l'on en juge par le nombre de recherches dont elle fait l'objet dans le champ des études urbaines notamment, à commencer par des chercheurs affiliés à des universités locales, au point que l'on a pu parler de « l'école de Los Angeles »⁷¹ (Davis, 1990). Depuis plusieurs décennies déjà, l'agglomération de Los Angeles est ainsi présentée comme une exception, un objet unique, un « prototype urbain » (Grey, 1959). Il s'agirait selon certains de la « première ville américaine » (Weinstein, 1997). En livrant cette audacieuse proposition, l'auteur souhaite soutenir le fait que Los Angeles a été la première ville des États-Unis à se séparer de manière décisive du modèle européen de ville (sur lequel repose les premières villes américaines de la Côte Est ainsi que San Francisco). Cela correspondrait à la réalisation, à la concrétisation, jamais entièrement achevée, du « mythe américain » (Ghorra-Gobin, 1997) : Los Angeles s'est construite par opposition aux métropoles américaines de la Côte Est, polluées et denses, en proposant un cadre de vie fondé sur la douceur du climat, proche de la nature, autour de la maison individuelle avec jardin (ibid.).

De nombreux chercheurs ont eu tendance à traiter Los Angeles à la fois comme une métropole particulière, une situation unique, mais à partir de laquelle on pourrait cependant dégager les grandes dynamiques de développement des aires urbaines contemporaines. En décrivant une situation particulière on dégagerait ainsi, d'une certaine façon, un idéal-type : « Angelinopolis, ou quand l'exception devient un paradigme » (Mangin, 2001). De ce point de vue, cette aire urbaine constituerait un modèle, et la question s'est posée de savoir si l'on irait vers une « Losangelisation du monde » (Dumont, 2008) ? Toutes les métropoles – et a minima les métropoles américaines⁷² – suivraient les mêmes logiques de développement que celui emprunté par cette aire urbaine. C'est par exemple la perspective adoptée par Edward Soja (2000) qui, loin de vouloir en faire un cas unique, une exception, considère Los Angeles comme une illustration particulièrement représentative de ce qu'il nomme la *PostMetropolis* : « this grounding of the post metropolitan transition in Los Angeles is not meant to constrict interpretation of the post metropolis just to this singular and often highly exceptional city-region. Rather, it is guided by an attempt to emphasize what might be called its generalizable particularities, the degree to which one can use the specific case of Los Angeles to learn more about the new urbanization processes that are affecting, with varying degrees of intensity, all other city spaces in the world » (Soja, 2000, p.154). L'objectif de l'auteur n'est donc pas de faire une description qui ne s'appliquerait qu'à Los Angeles mais de proposer une grille de lecture des métropoles contemporaines en en dégagant les grands traits communs à partir du cas de Los Angeles. Ces principales caractéristiques sont au nombre de six et correspondent à une économie urbaine fondée sur la flexibilité du marché du

⁷¹ Il s'agit là d'une référence explicite à la fameuse « école de Chicago » des années 1930, en sociologie urbaine ; la reprise de cette formulation atteste bien de la volonté d'établir Los Angeles comme le nouveau « laboratoire urbain » de la fin du XX^e siècle, à l'instar du rôle joué par Chicago avec les chercheurs de l'époque.

⁷² « S'il existe des différences entre les villes de la côte est et celles du Sud et de l'Ouest, les historiens et les urbanistes américains sont d'accord pour reconnaître que l'urbanisation de la deuxième moitié du XX^e siècle aux États-Unis s'est largement inspirée de Los Angeles qui a servi de référence. Ils parlent ainsi de "losangelisation" » (Ghorra-Gobin, 1997, p.93)

travail (*FlexCity*), la mondialisation tout à la fois du capital, du travail et de la culture (*CosmoPolis*), une morphologie urbaine traversée par des processus de décentralisation et recentralisation (*ExoPolis*), une fragmentation sociale (*FractalCity*), la mise en place d'espaces fortifiés (*CarveralCity*), et un espace urbain qui tend à se dématérialiser avec l'émergence des éléments électroniques et d'un cyberspace (*SimCity*).

Cependant plutôt que de « partir de Los Angeles » pour apprécier la singularité de cette agglomération en se focalisant sur les caractéristiques éventuellement⁷³ apparues dans cette métropole et qui se seraient ensuite diffusées aux autres métropoles du monde, nous effectuerons ici la démarche inverse en tâchant de voir comment Los Angeles peut se comprendre à partir d'une conception « générique » de l'urbain. Pour donner une description de l'urbanité de Los Angeles, les prochaines pages reprennent les dimensions composant la grille des modèles d'urbanité (Lévy, 1999)⁷⁴ dont nous avons pu apprécier les apports et les limites dans le chapitre précédent. L'absence/présence à Los Angeles de chacun des indicateurs avancés dans ce modèle sera discuté dans cette première section, apportant ainsi de premiers éléments de réponses pour l'urbanité de ce lieu⁷⁵.

3.1.1. Los Angeles : the cultural economy of a Global City

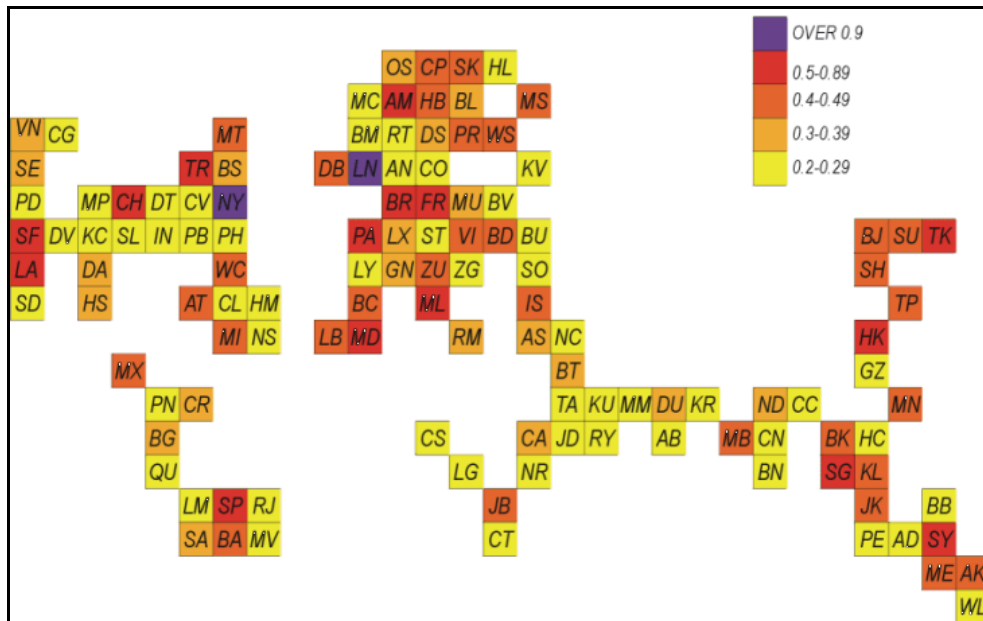
Qu'est-ce que Los Angeles pour le Monde ? En tant que lieu, on peut vraisemblablement considérer Los Angeles comme une *Global City* : cette métropole est assurément un centre majeur de l'économie mondiale. La hiérarchie établie par Peter Taylor (2002) confirme ce postulat en classant cette métropole au « rang 2 » (illustration n°9). Cette cartographie originale illustre la position des lieux dans le « champ concurrentiel mondial » des métropoles, et Los Angeles fait assurément partie des plus importantes. Un deuxième classement nous permet d'approfondir cette question de savoir avec quelles autres métropoles un lieu a le plus – et le moins – de relations : c'est ce que les chercheurs du GaWC ont judicieusement nommé « hinterworlds ». Le concept d'*urban hinterworld* (Taylor, 2001) a été créé pour répondre à la nécessité de décrire d'une manière plus précise les relations entre les « world cities ». Le traditionnel concept de géographie urbaine « hinterland » était en effet devenu inadéquat pour décrire « l'aire d'influence » de ces lieux dans le contexte de mondialisation contemporaine : « Hinterlands demarcate the service area of cities and towns as local service centres but (...) provision of financial and business services by 'global service firms' has meant that clients are being serviced through world cities across all regions of the world. In these circumstances, there are no boundaries to draw around a world city's hinterland, rather provision by its leading service firms can be to all parts of the world » (Taylor, 2002).

⁷³ Encore faudrait-il que les phénomènes pour lesquels on lui attribue le rôle d'épicentre n'aient pas existé auparavant. Pour clarifier ce problème, il faudrait en faire une généalogie minutieuse, et non poser le caractère précurseur de Los Angeles comme acquis et allant de soi.

⁷⁴ Il est toutefois intéressant de remarquer que ces six grandes tendances dégagées par Edward Soja correspondent, avec certaines limites et selon des formulations différentes, aux grandes thématiques que l'on peut apercevoir à partir des indicateurs retenus par Jacques Lévy pour définir les modèles d'urbanité.

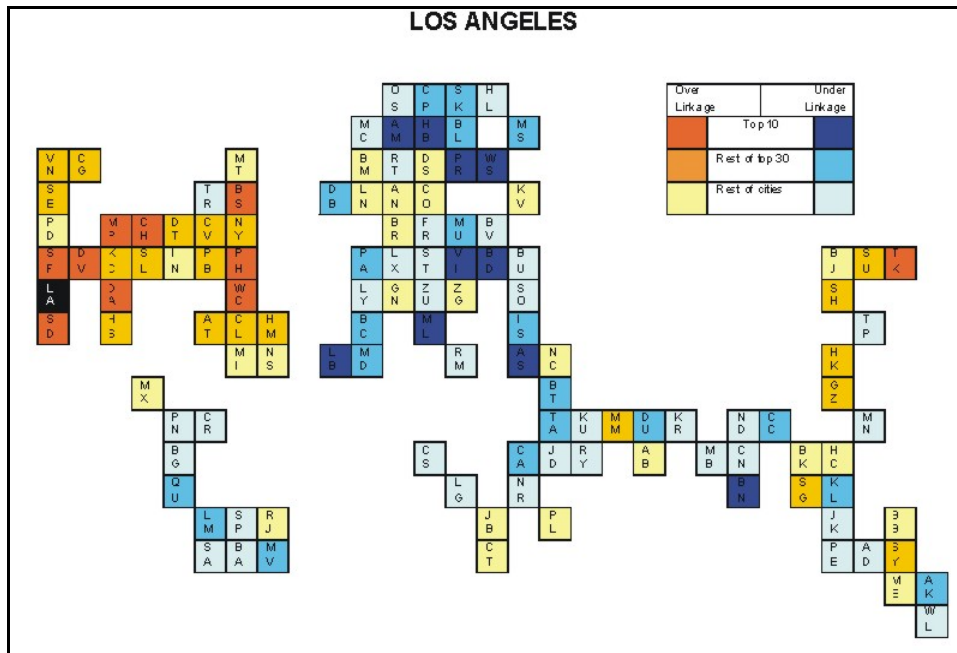
⁷⁵ Comme je l'ai avancé précédemment, c'est une entreprise idéale-typique : les caractéristiques sont forcées. Exceptées dans de rares situations extrêmes, il n'est pas possible de penser en terme binaire, avec une lecture manichéenne, conduite par la dialectique absence/présence.

**Illustration n°9 :
Global Network Connectivity**



Source : Taylor, 2002 (disponible à : www.lboro.ac.uk/gawc/rb/rb43.html)

**Illustration n°10 :
Atlas of Hinterworld de Los Angeles**



Source : www.lboro.ac.uk/gawc/visual/hw_la.html

La représentation de l'interworld de Los Angeles (Illustration n°10) relativise d'une certaine façon la mondialité des relations de Los Angeles avec les autres *world cities*, en tout cas par rapport aux critères choisis dans cette analyse : neuf des dix lieux avec lesquels elle a le plus de liens se situent aux Etats-Unis. Ce résultat souligne le poids que peut avoir Los Angeles au sein de ce pays, de même que son rôle d'interface avec la zone asiatique. On peut faire l'hypothèse que cette situation est due aux critères choisis pour établir ce classement : Los Angeles n'est pas une place financière de premier ordre. L'influence et le poids de Los Angeles à l'échelle mondiale se situe probablement à un autre niveau. C'est d'une certaine façon la thèse défendue par Allen Scott pour qui « Los Angeles was one of the critical pulses of the economic and cultural condition of twentieth century capitalism, and remains so. Even before the Second World War its aircraft and motion picture industries gave it peculiar visibility and global reach. In the post-war decades, aircraft manufacturing developed into a full-blown aerospace-defence industry, making Southern California the largest high-technology production region in the world » (Scott, 2000, p.171). Pour donner un aperçu chiffré de la structuration économique de l'agglomération, je reproduis ici deux tableaux⁷⁶ permettant d'envisager tout à la fois l'évolution historique des principaux secteurs d'activité (tableau n°12) mais également de faire un point sur la situation actuelle (tableau n°13).

**Tableau n°12 :
Evolution des fondements économiques de Los Angeles (nombre d'emplois)**

	1972	1980	1990
Services professionnels	184 200	358 000	660 700
Tourisme	238 600	323 200	473 000
Santé	143 400	291 100	395 500
Commerce de gros	229 300	354 400	369 800
Aérospatial haute Technologie	289 300	254 400	369 800
Commerce international	12 500	174 700	282 600
Services financiers	98 100	149 500	203 600
Habillement	73 900	96 100	122 500
Cinéma et TV	36 100	55 900	108 200

Source : California Employment Development Department (Los Angeles inclut ici les cinq comtés), cité in Ghorra-Gobin, 1997

A travers ce tableau, il est statistiquement possible de remarquer l'explosion, entre 1970 et 1990, des emplois concernant le commerce international : cela vient corroborer la posture adoptée par Marchand et Scott (1991) pour qui Los Angeles devient une « nouvelle capitale mondiale » à cette période. L'ensemble des secteurs recensés ici connaissent une augmentation du nombre d'emplois durant cette période, avec une augmentation très importante pour les services professionnels reflétant un renforcement considérable de la tertiarisation de l'économie de l'aire urbaine. Qu'en est-il de la situation actuelle ?

⁷⁶ Notons que le référent géographique n'est pas le même pour les deux tableaux : le premier (n°12) propose des statistiques au niveau de l'aire urbaine alors que le second (n°13) donne des chiffres à l'échelle du Comté.

**Tableau n°13 :
Principaux secteurs d'activité du comté de Los Angeles en 2007**

Secteur d'activité :	Nombre d'emplois:	
Tourism and hospitality	456 000	
Manufacturing ⁷⁷	376 500	Apparel : 56 700
		Metals : 49 100
		Food : 43 000
		Aerospace : 38 100
		Search : 26 987
Professional and business services	288 000	
Direct international trade	281 000	
Entertainment	244 000	
Wholesale trade and logistics	199 000	

Source : Los Angeles County Economic Development Corporation (2011)

Les chiffres avancés dans ce dernier tableau (n°13) sont ceux du Comté de Los Angeles (alors que le précédent tableau prenait en compte les 5 comtés de l'aire urbaine) : cela explique des chiffres moins importants ici, et non une « chute » brutale du nombre d'emplois. Si l'industrie occupe toujours une place importante, les secteurs des services professionnels et du commerce international sont eux aussi parmi les plus importants : Los Angeles est bien une « place internationale » qui tend à prendre toujours plus d'importance. L'autre enseignement, très significatif pour cette recherche, qu'il est possible de tirer de ce tableau est que le secteur « Tourism and hospitality » (très vaste, et qui intègre en réalité beaucoup de phénomènes peu en lien avec le « tourisme » à proprement parler) est annoncé par les statistiques officielles comme étant le plus important en nombre d'emplois. Cela signifie que les statisticiens considèrent ce secteur comme majeur pour l'agglomération. Il ne faudrait malgré tout pas sous-estimer le rôle du secteur cinématographique et plus largement audiovisuel pour comprendre l'influence de Los Angeles dans le monde. Cela relève d'un aspect plus symbolique, mais qui n'en n'est pas moins tout aussi puissant : cette métropole est sans doute le principal centre de production d'images de l'occident. C'est sur ce point que certains auteurs insistent en évoquant pour Los Angeles une « industrialisation de l'image et de la culture » (Leriche & Monnet, 2001⁷⁸) ou encore l'« image as commodity » (Scott, 2000). Cela fait partie intégrante du lieu, à au moins deux niveaux. Tout d'abord, les tournages au sein de l'agglomération sont nombreux et quotidiens, et il n'est pas rare de constater des restrictions de circulation, tout aussi ponctuelles que récurrentes, pour cette raison. Los Angeles est un « paysage familier », en tout cas plus ou moins connu, pour de nombreuses personnes à travers le monde. D'autre part, et de façon encore plus structurante, Los Angeles est le lieu de localisation des sièges et studios des *Majors* qui, à elles seules, auraient

⁷⁷ « Los Angeles is the largest manufacturing center in the U.S., employing 376,500 workers in 2007. The most important sectors are: apparel with 56,700 workers; fabricated metals with 49,100 workers; food products with 43,000 workers; aerospace products & parts with 38,100 workers; and search, detection & navigation products with 26,987 workers » (Source: Los Angeles County Economic Development Corporation, 2011).

⁷⁸ L'usage du terme « industrie » ne me semble pas le plus judicieux pour parler de cette économie, bien qu'il faille certainement l'entendre dans le sens anglo-saxon du terme.

distribué 170 films pour des revenus domestiques (i.e. uniquement aux Etats-Unis) s'élevant à près de 7 milliards de dollars en 2000 (Scott, 2000). Ce rapide inventaire de l'importance des principaux secteurs d'activités en termes d'emplois concernés permet d'affirmer qu'il y a une *diversité des activités* très importante à Los Angeles. Quels effets ce tissu économique varié a-t-il sur le niveau de productivité de l'agglomération ? Le tableau suivant (n°14) donne une idée de sa place dans le classement des principales métropoles du Monde en termes de Produit Urbain Brut par habitant.

**Tableau n°14 :
Highest and Lowest Per-Capita GDP, 200 largest Metropolitan Economies, 2011**

Highest			Lowest		
Metro Area	Region	Income (\$)	Metro Area	Region	Income (\$)
1 Hartford	North America	75,086	181 Izmir	Eastern Europe and Central Asia	8,560
2 Oslo	Western Europe	74,057	182 Santiago	Latin America	8,494
3 San Jose	North America	68,141	183 Kuala Lumpur	Developing Asia-Pacific	8,472
4 Abu Dhabi	Middle East and Africa	63,859	184 Cape Town	Middle East and Africa	8,463
5 Bridgeport	North America	63,555	185 Saint Petersburg	Eastern Europe and Central Asia	8,235
6 Zurich	Western Europe	63,236	186 Tianjin	Developing Asia-Pacific	7,982
7 Washington	North America	62,943	187 Beijing	Developing Asia-Pacific	7,657
8 Stockholm	Western Europe	61,458	188 Rio de Janeiro	Latin America	7,636
9 Boston	North America	60,074	189 Wuhan	Developing Asia-Pacific	7,434
10 San Francisco	North America	58,783	190 Lima	Latin America	6,961
11 New York	North America	57,329	191 Bogota	Latin America	6,950
12 Seattle	North America	56,601	192 Xi'an	Developing Asia-Pacific	4,232
13 Houston	North America	56,050	193 Manila	Developing Asia-Pacific	4,181
14 Dublin	Western Europe	55,578	194 Jakarta	Developing Asia-Pacific	3,468
15 Des Moines	North America	55,335	195 Casablanca	Middle East and Africa	3,450
16 Paris	Western Europe	54,430	196 Chongqing	Developing Asia-Pacific	2,819
17 Calgary	North America	54,080	197 Colombo	Developing Asia-Pacific	2,697
18 Munich	Western Europe	54,078	198 Alexandria	Middle East and Africa	2,248
19 Buffalo	North America	52,454	199 Mumbai	Developing Asia-Pacific	1,990
20 Los Angeles	North America	52,391	200 Cairo	Middle East and Africa	1,989

Source: Brookings analysis of data from Oxford Economics, Moody's Analytics, and U.S. Census Bureau; developing metro areas shown in bold

Source : Global Metromonitor : www.brookings.edu/research/reports/2012/01/18-global-metro-monitor

Los Angeles, au vingtième rang des agglomérations qui produisent le plus de richesse d'après le tableau, semble avoir une *productivité marchande par habitant* parmi les plus importantes du Monde. Cette efficacité est moins évidente si l'on envisage le *ratio de surproductivité* (Rémy Prud'homme, 1996), c'est-à-dire le rapport entre la productivité d'une métropole et la productivité moyenne du pays auquel elle appartient : « les calculs de productivité urbaine donnent des résultats médiocres à Los Angeles. La ville ne dépasse que de peu (1,152) le niveau moyen de productivité par habitant des Etats-Unis contrairement à New York (1,246) à San Francisco (1,407), Tokyo (1,246), et la quasi totalité des grandes villes européennes (Paris : 1,515 ; Londres : 1,394 ; Milan : 1,385 ; Hambourg : 1,709) faisant de Los Angeles, avec Chicago (1,114) ou Osaka (1,060) l'une des métropoles les plus mal classées par rapport à leur espace national » (Lévy, 1999, p.377). Comment expliquer cette apparente contradiction avec le tableau précédent ? La différence de conclusion est peut-être due au fait que c'est une analyse de la production de richesse relative, rapportée au contexte national dans le second cas : dans un pays aussi « riche » que les Etats-Unis (et avec la concurrence imposée par les autres métropoles américaines – 11 des 20 premières agglomérations en termes de richesse par habitant sont états-uniennes selon le tableau n°14—), l'avantage comparatif qui résulterait de la concentration de réalités sociétales à Los Angeles serait alors moindre.

3.1.2. Los Angeles, The Fragmented Metropolis

Qu'en est-il maintenant si l'on envisage Los Angeles en tant qu'espace ? Dans cette section, je défends l'hypothèse que Los Angeles correspond toujours à la *Fragmented Metropolis*, expression utilisée par Fogelson (1967) pour caractériser le développement de cette aire urbaine durant ses premières décennies (1850 – 1930), constat par ailleurs récemment renouvelé pour les années 1970–1990 (Gordon & Richardson, 2007). Le premier paramètre classiquement utilisé pour appréhender l'ordonnancement d'une aire urbaine est celui de sa *densité* : celle que j'envisage ici concerne la population résidentielle. Je renvoie au tableau réalisé à partir des données de François Moriconi-Ebrard (2003) et présenté dans le chapitre 2 : on pouvait conclure de ce dernier que Los Angeles avait une densité qui se situait « dans la moyenne » de celle d'autres principales métropoles à l'échelle mondiale. Pour opérer un recoupement par rapport à ces travaux et diversifier les sources, je reprends maintenant un tableau (n°15) élaboré cette fois-ci à partir des données du recensement américain.

Tableau n°15 :
Un classement possible de la densité démographique des agglomérations états-uniennes

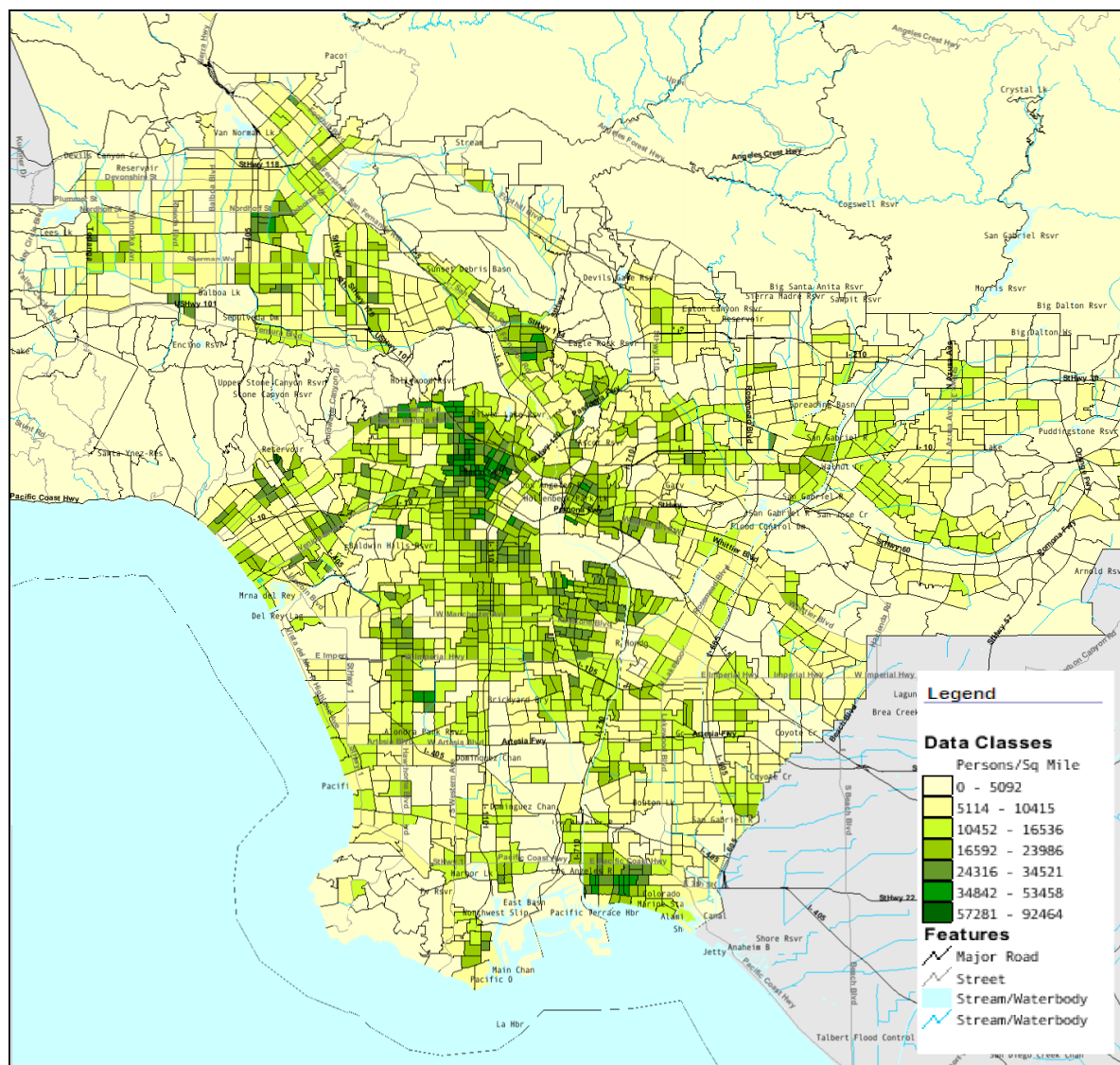
Lieu	Population (milliers)	Densité
Los Angeles	12 151	6 999
San Francisco	3 281	6 266
San Jose	1 664	5 820
Delano	54	5 483
New York	18 351	5 319
Davis	73	5 157
Lompoc	52	4 816
Honolulu	802	4 716
Woodland	56	4 551
Las Vegas	1 886	4 525
autres principales agglomérations :		
Miami	5 502	4 442
Chicago	8 608	3 524
Washington DC	4 586	3 470
Phoenix	3 629	3 165
Seattle	3 059	3 028
Houston	4 944	2 979
Dallas	5 122	2 879

Source : Morrill, 2012⁷⁹

⁷⁹ « The Urban US : Growth and Decline » : <http://www.newgeography.com/content/002769-the-urban-us-growth-and-decline>

La lecture de ce tableau confirme et accentue le premier constat effectué. Il tend en effet à indiquer que Los Angeles est l'aire urbaine la plus dense dans le contexte états-unien, cela même par rapport à des entités urbaines bien plus petites démographiquement. De façon contre-intuitive, Los Angeles peut ainsi, semble-t-il, être considérée comme une métropole relativement dense. L'illustration suivante (n°11) nous apporte un peu plus de précisions par rapport à ce critère en proposant une cartographie des densités résidentielles du comté de Los Angeles.

Illustration n°11 :
Densité de population dans le Comté de Los Angeles



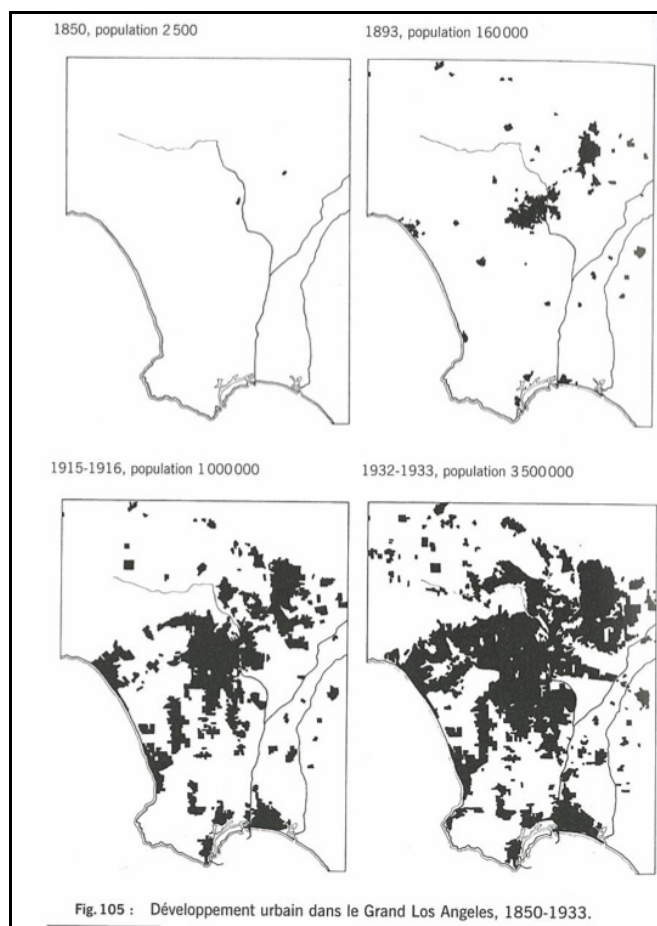
Carte réalisée à partir du recensement des populations de 2000

Source : http://en.wikipedia.org/wiki/Los_Angeles_County,_California

Un autre constat majeur est possible à partir de cette cartographie : cette densité résidentielle n'est pas organisée en graduation concentrique, comme il serait possible de l'observer pour d'autres agglomérations, mais est configurée telle un patchwork de lieux aux densités différentes : nodalités à fortes densités et espaces qui le sont beaucoup moins se côtoient : on peut en effet

observer de grandes variations en termes de densité d'une parcelle à l'autre⁸⁰. Se pencher sur le développement de l'aire urbaine d'un point de vue historique permet d'avoir une meilleure appréciation de la situation actuelle. Comme il est possible de le déduire de la carte suivante (illustration n°12), l'aire urbaine contemporaine s'est constituée à partir de la croissance et de l'étalement de noyaux urbains distincts.

**Illustration n°12 :
Croissance spatiale de l'agglomération de Los Angeles entre 1850 et 1933**



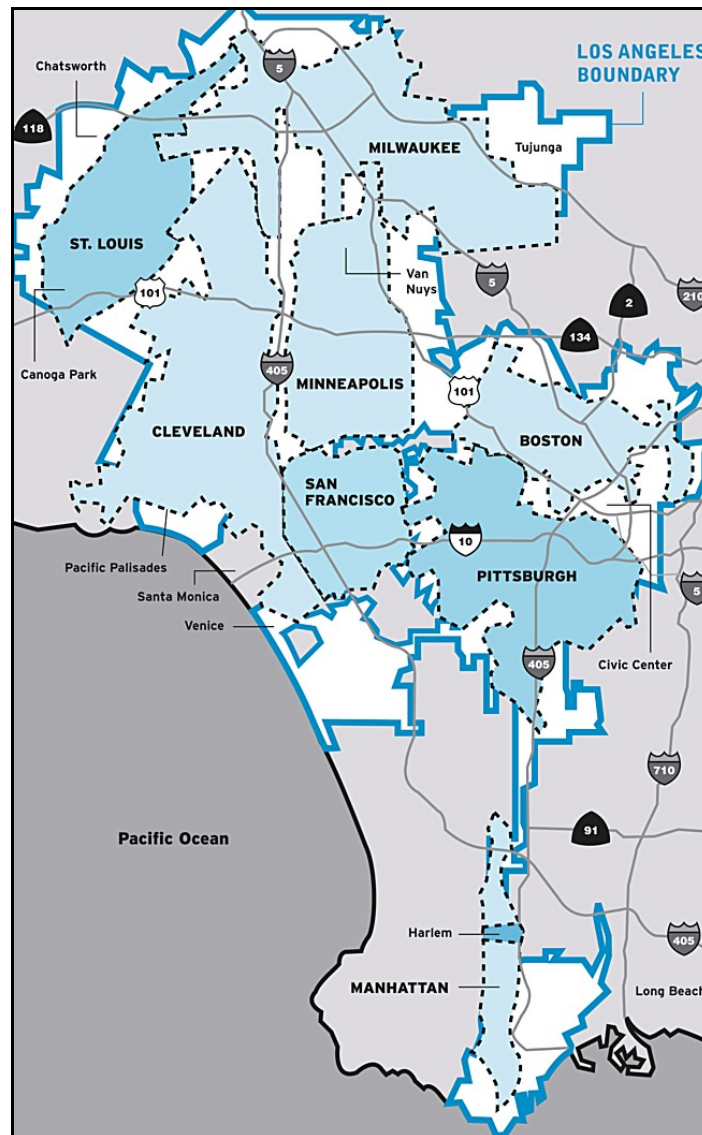
Source: Banham, 2008, p.174

Ces différents éléments alimentent l'idée selon laquelle cette agglomération n'aurait « pas de centre ». Une formulation plus adéquate serait plutôt de dire qu'il n'y a pas un centre à Los Angeles mais qu'il y en a plusieurs : le modèle de la métropole polycentrique, composé de nombreuses *edge cities* (Garreau, 1991). Cela permet d'affirmer qu'il y a de fortes *polarités intra-urbaines*, ce que d'autres auteurs ont relevé avec l'expression *Core* (Giuliano et Small, 1991). Il semble que l'on peut difficilement concevoir Los Angeles comme un « tout » homogène ; il y a une hétérogénéité très importante. Cela se reflète aussi bien dans l'organisation politique que dans la structuration sociale. Los Angeles est réputée pour son considérable étalement. Qu'en est-il exactement ? Le tableau présenté dans le chapitre 2 – toujours réalisé à partir des données de

⁸⁰ Le choix du maillage utilisé est d'ailleurs une limite dans la production et l'analyse d'une telle carte : à quoi correspondent les parcelles représentées ? Quelle est la pertinence de leur utilisation ?

François Moriconi-Ebrard (2003) – proposait une réponse explicite à cette question : l'aire urbaine de Los Angeles est celle ayant une des plus grandes superficies parmi les grandes métropoles du Monde. La carte suivante (illustration n°13) nous donne une indication supplémentaire intéressante par rapport à cette question, en proposant une comparaison de la superficie de la municipalité de Los Angeles par rapport à celles d'autres municipalités américaines.

Illustration n°13 :
Comparaison de la superficie de certaines municipalités états-uniennes

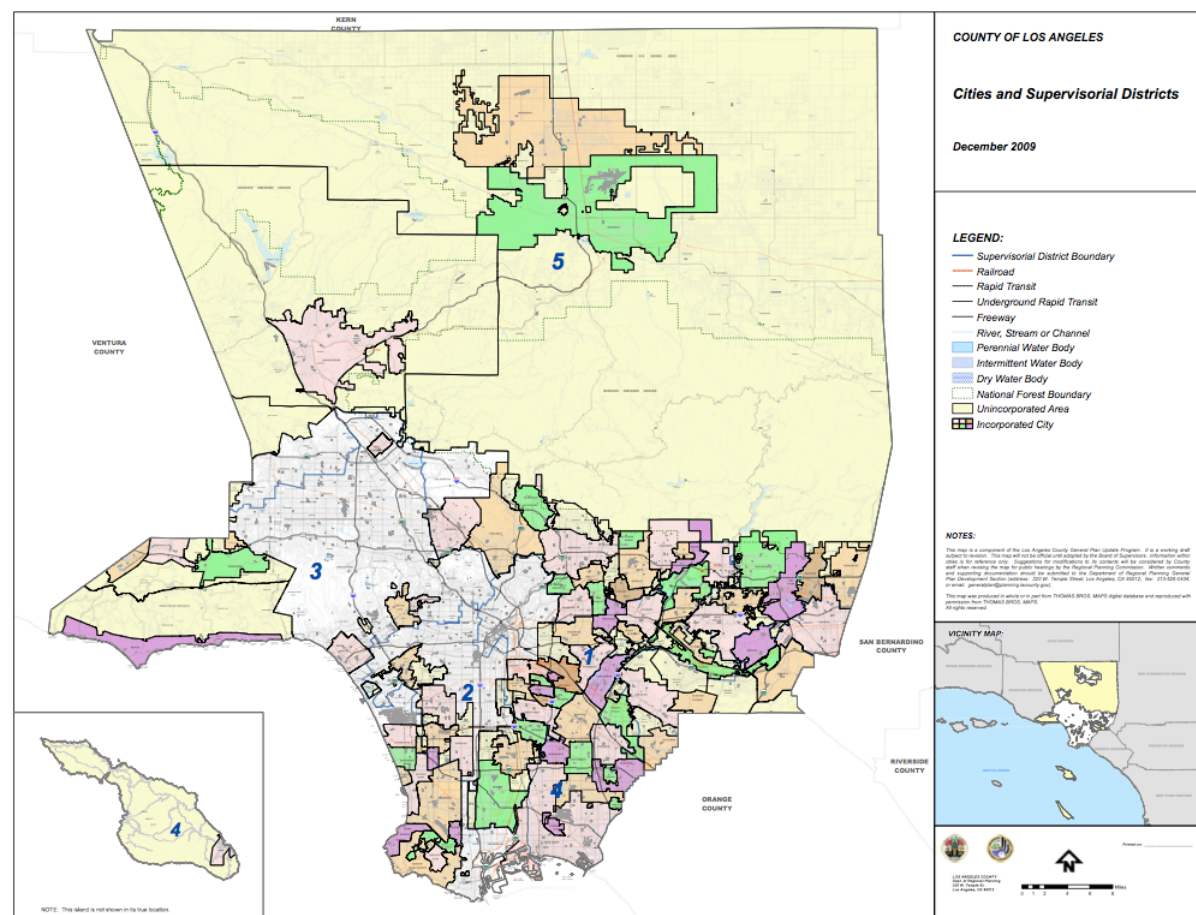


Source : <http://archinect.com/news/article/18228916/comparison-of-other-major-cities-that-can-fit-inside-la>

Cette carte tend bien à indiquer qu'à l'échelle municipale, la superficie de Los Angeles est si importante qu'elle correspond à celle de huit autres municipalités parmi les plus importantes des Etats-Unis. Cela confirme l'idée qu'il s'agit d'une agglomération très étalée, non compacte, mais dense malgré tout. Comment la structuration politique et administrative de l'agglomération s'organisent-elles compte-tenu de ces caractéristiques ? On peut sur ce point véritablement partir du postulat que cette agglomération est marquée par une fragmentation

administrative très importante⁸¹. Le nom « Los Angeles » correspond en réalité à trois entités institutionnelles différentes : i) la municipalité de 4 millions d'habitants, ii) le Comté regroupant 88 municipalités dans lesquelles résident plus de dix millions de personnes (cf. illustration n°14) et iii) l'aire urbaine qui s'étale sur cinq comtés, 171 municipalités et qui regroupe plus de 17,5 millions de résidents.

**Illustration n°14 :
Le maillage municipal du Comté de Los Angeles**



Source : <http://lacounty.gov>

⁸¹ Il faudrait sans doute avoir une analyse plus nuancée quant aux conséquences de cette fragmentation municipale, comme semble nous l'y inviter la conclusion de la thèse (portant sur la relation entre métropolisation et gouvernance à partir d'une analyse comparée des situations de San Francisco et Los Angeles) réalisée par Pierre Lefèvre (2009) : « Alors que Los Angeles est traditionnellement décrite comme une ville éclatée, l'analyse menée a fait apparaître que la gouvernance régionale y a été dominée par une coalition de croissance très centralisée autour des administrations municipales et du comté de Los Angeles. Si l'on note une certaine effervescence des initiatives de coopération au niveau infrarégional, au niveau suprarégional en revanche, la structure du pouvoir de cette gigantesque agglomération est encore caractérisée par un antagonisme fort entre le comté de Los Angeles et ses comtés périphériques. Dans le cas de la baie de San Francisco, plutôt perçue comme beaucoup plus européenne, et donc centralisée, l'hégémonie de la ville-centre a été au contraire remise en cause très tôt par l'émergence précoce du contre-pouvoir des autres pôles urbains de l'agglomération. La baie de San Francisco est donc engagée depuis plus longtemps dans une transition vers une forme de gouvernance plus polycentrique. » (Lefèvre, 2009, p.333)

Cela traduit deux logiques très prégnantes aux Etats-Unis : d'une part le fait que la société américaine « cultive une hostilité foncière au *big government* sous toutes ses formes, parce que l'on y valorise le local avant tout ». (Boudreau, Didier, Hancock, 2004). D'autre part, il convient de garder à l'esprit que, « dans le contexte états-uniens, l'idée d'une vie séparée de groupes différents n'a rien de choquant ni de scandaleux en soi » (ibid.). En s'interrogeant sur les liens entre l'homogénéisation résidentielle et l'indépendance politique, certains chercheurs ont défendu la thèse suivante : pour les cas de San Fernando Valley et Hollywood, les logiques et le déroulement des procédures d'incorporation/sécession n'affichaient pas explicitement une volonté d'homogénéisation sociale de la part les « leaders sécessionnistes », bien que ces derniers soient politiquement actifs en faveur de cette dynamique (Boudreau, Didier, Hancock, 2004). De même le « résultat » de ces démarches serait *de facto* une tendance à l'homogénéisation : pour Hollywood par exemple, la municipalité qui aurait été créée aurait eu « un revenu par tête supérieur à celui de la municipalité de Los Angeles dans son ensemble (17 387\$ contre 16 194\$), ce qui, compte tenu du fait que plus d'un cinquième de la population vit dans la pauvreté, renvoie bien à la présence de catégories très aisées (celles qui habitent les collines notamment) » ; de même, les proportions selon l'origine ethnique de sa population auraient été sensiblement différentes par rapport à celles de Los Angeles – 49,5 % contre 37,5% pour la population blanche et 4,1% contre 13,2% pour la population noire – (Boudreau, Didier, Hancock, 2004, p.138). Les auteures montrent, qui plus est, que le dossier soutenant ce projet avance des arguments reposant plus sur des logiques sociales d'exclusion (des éventuels futurs nouveaux-venus indésirables) que d'inclusion des populations déjà présentes et que ces logiques servent moins à renforcer une situation acquise d'homogénéité qu'à la prévention d'une plus grande hétérogénéisation. Il y aurait d'une certaine façon un risque de plus en plus important de « sécession territoriale au sein de la métropole, (...) David Rusk, démontrant l'urgence de trouver une structure politique qui prenne en charge la gestion de l'entité urbaine » (Ghorra-Gobin, 1997, p.288)⁸².

Photographie n°1 :

Les limites administratives spatialement observables par un changement de toponyme



⁸² Certains auteurs parlent même d'une « extrême fragmentation » (Leriche & Monnet, 2001, p.62).

Cela ne veut pourtant pas dire qu'il n'y a pas d'institutions communes, pas d'entités qui essayent d'harmoniser, d'avoir une vision d'ensemble des problèmes ; le Comté⁸³ de Los Angeles peut jouer par exemple ce rôle en étant mandaté par les municipalités pour fournir certains services. Toutefois, on peut raisonnablement défendre l'idée qu'il n'y a pas véritablement de *société politique d'échelle urbaine* mais une mosaïque d'acteurs aux intérêts souvent divergents⁸⁴. De ce point de vue, Los Angeles correspond toujours à l'image de la *Fragmented Metropolis* qu'on a pu lui attribuer (Fogelson, 1975). La photographie précédente (n°1) illustre particulièrement bien cet aspect : elle se situe sur Centinela Ave, qui fait office de frontière entre la municipalité de Santa Monica (à droite) et celle de Los Angeles (à gauche). On constate que le nom de la rue perpendiculaire (à l'instar de celles qui lui sont parallèles) change selon la municipalité dans laquelle elle se situe : *Ohio* pour Los Angeles devient *Broadway* à Santa Monica⁸⁵. C'est un indice explicite de la volonté de traduire spatialement une logique de distinction. D'une certaine manière, on peut affirmer que les communautés disposent d'outils juridiques et administratifs pour appliquer des logiques d'« entre-soi ». Cela nous permet de faire le lien avec la question de la présence ou non de *mixité sociologique* à Los Angeles. Petit village hispanique à l'origine, Los Angeles s'est développé dans la seconde moitié du XIXe siècle par l'arrivée d'une communauté *WASP* : « contrairement aux grandes villes de la côte est, Los Angeles a été constituée par une population américaine, blanche, protestante, typiquement middle-class et fort homogène. Il s'agissait de citoyens, et non pas de ruraux, déçus par les maux de la civilisation urbaine dont ils souffraient dans les villes plus anciennes du Midwest et qui espéraient développer une ville plus agréable, moins violente, moins polluée, surtout moins dense et finalement peu urbaine » (Marchand & Scott, 1991, p.408). Cette population sera très largement majoritaire jusqu'en 1960 avant de connaître une baisse relative de son importance démographique par rapport à la communauté hispanique qui est aujourd'hui la plus importante.

Tableau n° 16 :
Evolution de la composition ethnique de “Los Angeles” (en %)

Catégorie Ethnique	1960 ⁸⁶	1970 ⁸⁷	1980 ⁸⁸	1990 ⁸⁹	2007 ⁹⁰
<i>Blancs</i>	91,8	88,3	60,5	49,8	28,8
<i>Noirs</i>	6,4	8,3	9,3	8,0	9,6
<i>Hispaniques</i>	1,8	3,3	24,1	32,9	47,3
<i>Asiatiques</i>	1,8	3,3	6,1	8,8	14,4

⁸³ Le comté est la maille administrative « par défaut » du territoire états-unien.

⁸⁴ Cela se retrouve au niveau des acteurs institutionnels du tourisme sur lesquels je reviendrai ultérieurement spécifiquement

⁸⁵ Le fait que le panneau utilisé ne soit pas le même d'une municipalité à l'autre est un autre détail remarquable sur cette photographie, plus anecdotique mais tout aussi révélateur de cette discontinuité administrative.

⁸⁶ Source : SCAG ; résultat du recensement pour les cinq comtés. Cité in (Ghorra-Gobin, 1997, p186).

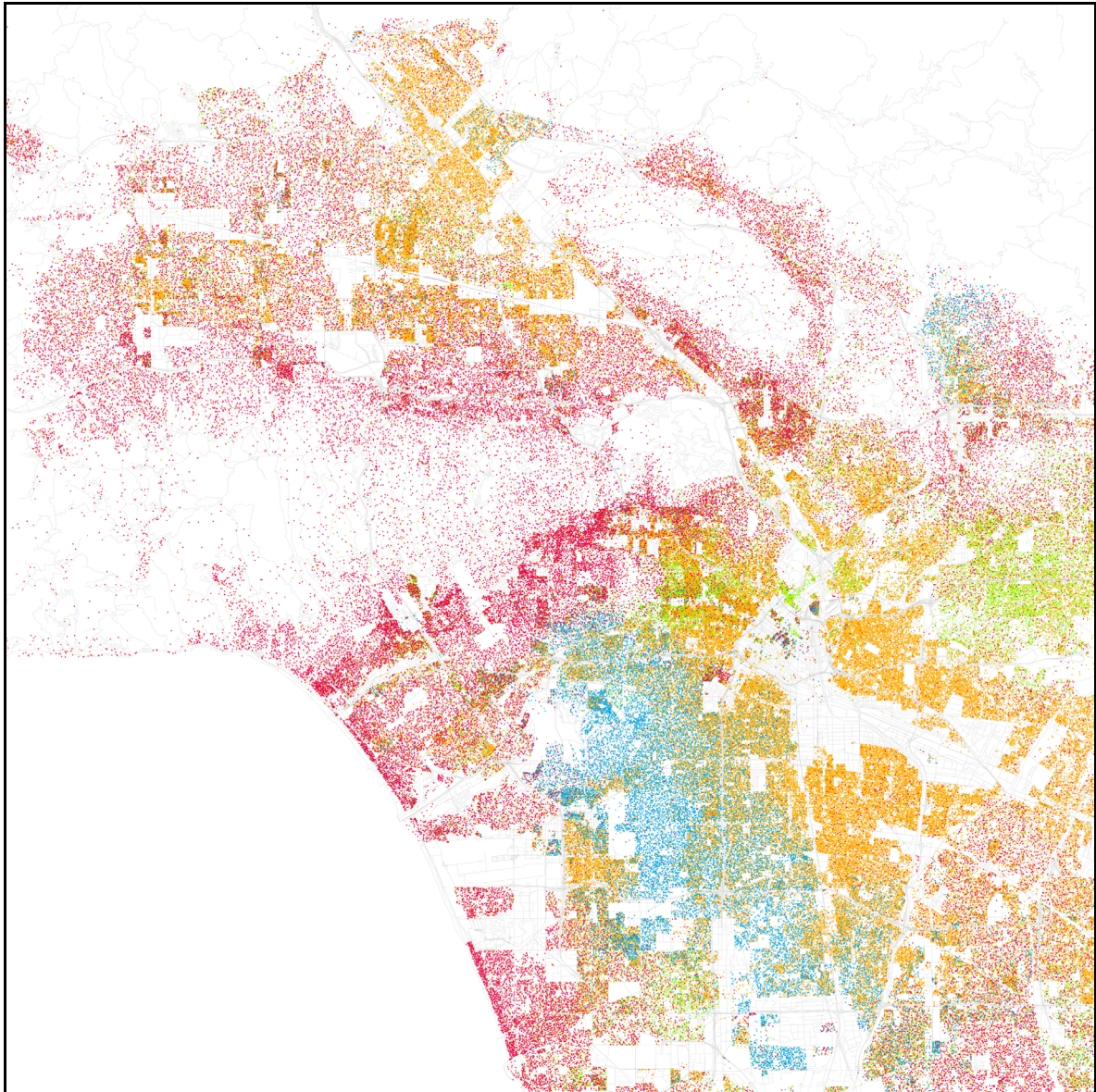
⁸⁷ Source : SCAG ; résultat du recensement pour les cinq comtés. Cité in (Ghorra-Gobin, 1997, p186).

⁸⁸ Source : SCAG ; résultat du recensement pour les cinq comtés. Cité in (Ghorra-Gobin, 1997, p186).

⁸⁹ Source : SCAG ; résultat du recensement pour les cinq comtés. Cité in (Ghorra-Gobin, 1997, p186).

⁹⁰ Source : Los Angeles County Economic Development Corporation (2010).

Illustration n°15 :
Répartition spatiale des principales ethnies à Los Angeles.



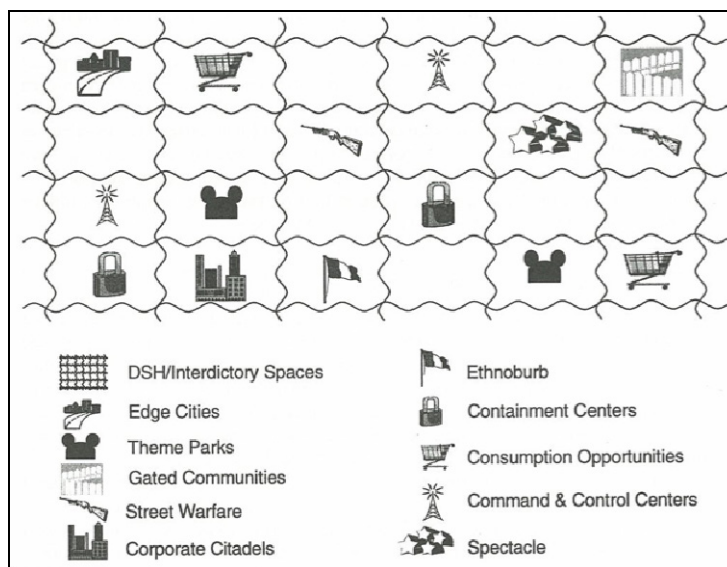
Légende : chaque point représente 25 personnes. La couleur rouge correspond aux individus disant avoir un phénotype « blanc », le bleu un phénotype « noir », l'orange un phénotype « hispanique », le vert un phénotype « asiatique », le gris regroupant les « autres » phénotypes (à partir des données du recensement 2000).

Source : www.flickr.com/photos/walkingsf/4981441877/in/set-72157624812674967/

Ce découpage communautaire résulte d'une période où la ségrégation était importante et institutionnalisée (avec l'interdiction de louer un appartement à certaines personnes selon leurs origines), s'inscrivant dans « la tradition anglo-saxonne de différenciation légale et de séparation physique des catégories de populations. Il était légal jusqu'à 1964 d'interdire aux "gens de couleurs" l'accès à des espaces et équipements publics (écoles, bus, cinémas, plages, parcs). A Los Angeles, les contrats immobiliers pouvaient alors contenir des avenants racistes interdisant de vendre une maison ou un appartement aux personnes de couleur, ce qui contraignait celles-ci à

se concentrer là où ces restrictions ne s'appliquaient pas. Des ghettos se développèrent ainsi dans des enclaves du comté de Los Angeles, comme East Los Angeles pour les Mexicains, ou Florence pour les noirs, ou dans leurs environs (Boyle Heights, Watts) » (Leriche & Monnet, 2001). Les classes les plus aisées s'enferment également (bien que de manière plus volontaire) dans les *gated communities* dont on a pu évaluer le nombre à près de 200 pour Los Angeles (Legoix, 2003), sans doute la manifestation la plus ultime de cette volonté de rester entre-soi. De ce point de vue, on peut effectivement considérer Los Angeles comme la « plus grande concentration de villages » (Lévy, 1999). L'usage du terme village est intéressant pour appuyer l'idée que cette agglomération fonctionnerait plus comme une juxtaposition de *communautés* que comme une *société* dans son ensemble. La carte (illustration n°15) tend d'ailleurs à indiquer qu'il est possible de dégager de grandes aires dans lesquelles les résidents auraient la même origine, venant confirmer l'idée que les individus évoluent dans des contextes à forte homogénéité sociale : « la probabilité de rencontrer des individus appartenant à un groupe social différent du sien est relativement limitée » (Ghorra-Gobin, 1997, p.158). Il semble qu'il y ait relativement peu de « mélange » entre les individus d'ethnies différentes à l'échelle de l'agglomération. Il semblerait ainsi qu'il n'y ait donc pas de mixité sociologique du point de vue résidentiel, mais au contraire des logiques de distinction appuyées par des outils politiques. En effet, parallèlement à cette distinction sociale, il est intéressant de constater que l'on retrouve le même type de disposition en ce qui concerne les différents types possibles d'occupation du sol. Des règles d'urbanisme sont mises en place pour instituer administrativement la volonté de séparer strictement les espaces résidentiels des espaces commerciaux (correspondant à une logique fonctionnaliste). Ainsi, parallèlement à l'absence de mixité sociologique, on peut, de ce point de vue, soutenir l'idée qu'il n'y a pas de *co-présence habitat/emploi* à Los Angeles.

**Illustration n°16 :
Schéma de l'urbanisme postmoderne**



Source : Dear, 2004, p.158

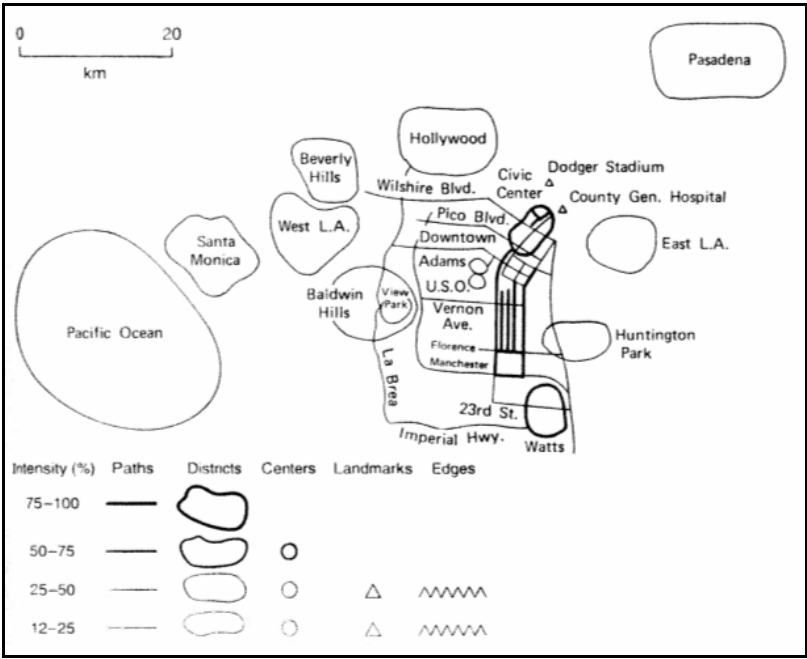
Le schéma (illustration n°16) utilisé pour représenter les logiques de l'urbanisme postmoderne (Dear, 2004) est à ce titre particulièrement intéressant : cela illustre l'idée que la ville postmoderne, dont Los Angeles serait l'exemple le plus emblématique⁹¹, est une juxtaposition d'éléments hétérogènes, n'ayant pas grand chose en commun, plutôt qu'un tout ayant une certaine cohérence. Par extension à ce communautarisme prégnant, on peut avancer l'argument que *l'autovisibilité et l'auto-identification de la société urbaine*, n'est pas évidente : « Los Angeles peine à se penser comme ville car ses productions ponctuelles, manquant de vision d'ensemble, ne poussent pas à une conscience globale et à la constitution d'un acteur collectif » (Lévy, 1999, p.385). C'est ce qui semble ressortir des cartes mentales (illustrations n°17 et 18) de Los Angeles réalisées par des panels de résidents de deux zones distinctes de l'agglomération : une « black inner-city⁹² », correspondant à une population pauvre, et Westwood, un quartier de la classe moyenne. Ces cartes regroupent l'ensemble des éléments indiqués par les résidents : l'épaisseur des traits indique leur récurrence (plus un trait est en gras, plus il est cité fréquemment). Quels indices la comparaison de ces deux cartes nous permet-elle de relever quant à *l'image de la ville* qu'ont les angelinos ?

L'élément distinctif le plus marquant est sans doute la différence d'étendue de ces cartes : celle des résidents de Westwood est très détaillée (avec beaucoup plus de lieux, de toponymes et d'axes de circulation répertoriés) tandis que l'autre est beaucoup plus restreinte. On peut faire l'hypothèse que cela reflète une connaissance accrue, voire même une pratique plus importante, de l'agglomération de la part de la classe moyenne. A contrario, on peut remarquer plusieurs représentations communes aux deux groupes : tout d'abord, dans les deux cas, les cartes se focalisent principalement sur le *Westside* : le *Eastside*, à forte connotation hispanique, est très peu présent, de même que la partie sud de la métropole (il faudrait savoir qu'elle était la question posée). Il convient également de constater l'omniprésence des limites administratives sur les cartes des deux groupes : la plupart des résidents de Los Angeles témoignent d'une perception de l'agglomération non pas comme d'un espace continu, homogène, mais très parcellaire, avec une juxtaposition de bulles, d'îlots hermétiques, qui ne semblent pas avoir beaucoup de liens entre eux. Cela confirme l'idée que Los Angeles serait une concentration de communautés.

⁹¹ La thèse de Audrey Gloor (2006), « Los Angeles, un outil de compréhension de la ville post-moderne », reprend cette question.

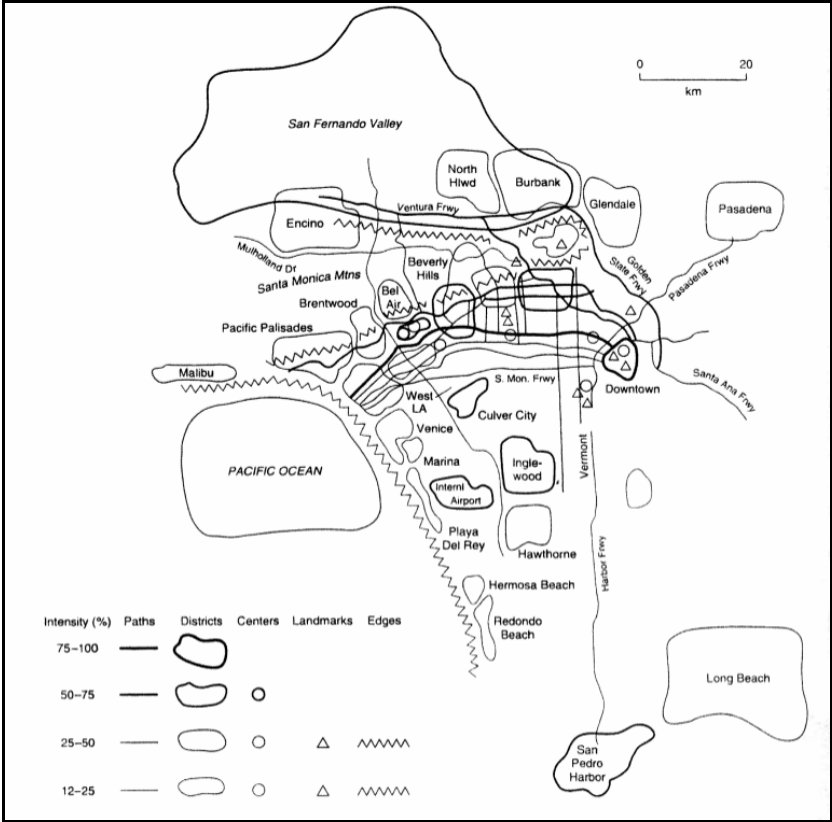
⁹² Les résultats présentés sur la carte tendent à indiquer que cette municipalité est l'une de South Central, la zone au sud de Downtown Los Angeles

Illustration n° 17 :
Carte mentale de Los Angeles d'un groupe de résidents d'une « black inner-city »



Source : Knox et McCarthy, 2012, p.393

Illustration n° 18 :
Carte mentale de Los Angeles d'un groupe de résidents de Westwood



Source : Knox et McCarthy, 2012, p.392

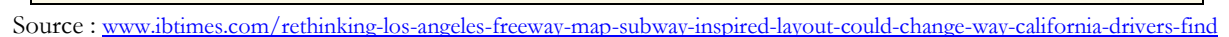
3.1.3. Los Angeles, a drive-in way of life

Los Angeles, grande plaine jusqu'alors uniquement occupée par des vergers, devient à partir de 1850 une énorme réserve de terrains à bâtir disponibles. Pour les exploiter au maximum, les propriétaires fonciers mettent en place dès cette époque des lignes de chemin de fer pour rendre les parcelles accessibles et ainsi pouvoir les vendre aux nouveaux arrivants. Au début du XX^e siècle, le réseau des chemins de fer est si important qu'il traverse déjà l'ensemble de la plaine et permet de joindre les lieux aux différentes extrémités. Ainsi, et contre-intuitivement d'une certaine façon (par rapport à ce que la situation actuelle pourrait laisser supposer), c'est le tramway qui a, dans un premier temps, posé les bases de l'organisation spatiale étalée que l'on connaît aujourd'hui. La voiture n'a fait que prendre le relais du tramway : ce n'est pas elle qui a créé la situation mais la configuration développée convenait parfaitement à ses besoins. Elle s'est alors substituée rapidement à ce dernier à partir des années 1920 d'une part du fait de la progressive non rentabilité des transports en commun (faute d'investissements suffisants) et d'autre part du fait de la volonté des résidents de ne pas densifier la trame urbaine, et de leur préférence pour un moyen de locomotion individuel (Ghorra-Gobin, 1997). L'introduction et la non-réglementation du développement de l'automobile va imposer une concurrence aux tramways pour l'utilisation des axes de circulation, dont ceux-ci ne vont pas se remettre : « en 1930, le nombre de voitures ayant accès au centre-ville de Los Angeles était deux fois supérieur à celui des autres villes : 227 000, contre 113 000 à Chicago, 66 000 à Boston et 49 000 à Saint Louis. Mais à Los Angeles, seulement 24,4% de la superficie du centre-ville était attribué à la voirie, contre 29% à 49% pour les autres CBD, des chiffres qui indiquent clairement l'intensité des problèmes de circulation qui l'affectaient » (Ghorra-Gobin, 1997, p.124). Le nombre de voitures en circulation augmente très tôt (par rapport à l'historique de cette industrie) et très rapidement : 20 000 en 1910, 100 000 en 1920 et 800 000 en 1930 (Ghorra-Gobin, 1997, p.121). La voiture occupe ainsi dès les années 1930 une place considérable au sein de l'organisation urbaine, bien plus importante que pour les autres principales agglomérations américaines, et ce alors que les infrastructures et l'expansion urbaine sont toujours en cours, si l'on considère par exemple que, « jusqu'en 1927, passé le carrefour de Fairfax⁹³, Sunset Boulevard était encore dépourvu de tout revêtement » (Banham, 2008, p.68).

Car si l'automobile n'est pas à l'origine de la dynamique d'étalement urbain, elle l'a largement renforcée et accentuée par la suite, son utilisation massive et presque exclusive contribuant à la mise en place d'un *écosystème* particulier pour correspondre au mode de vie auquel aspirait les angelinos : Los Angeles est l'épicentre, le lieu emblématique de la *drive-in culture*. La voiture n'a pas fait seulement qu'investir l'ensemble des voies de circulation, elle a engendré des agencements spécifiques (Longstreth, 2000). Ainsi, chaque commerce, à de rares exceptions près, a dû se doter de parkings *backside* pour pouvoir accueillir la clientèle : il s'agit du dispositif nécessaire, la condition de possibilité minimale pour toute entreprise. Etroitement associé à ce type d'espace, le personnage du *valet* est une figure toujours très présente de ce système : il prend en charge, à partir de son stand installé sur le trottoir en bordure du boulevard, la voiture du client de l'arrivée jusqu'au départ de celui-ci. Le *mall* est aussi une technologie spatiale qui résulte de cette logique : la concentration des commerces en un seul endroit permet de ne pas avoir à multiplier les

⁹³ Que l'on peut situer à mi-chemin entre Downtown LA et Santa Monica.

Illustration n°19 :
Le réseau des *freeways* à Los Angeles⁹⁴



⁹⁴ Cette carte schématisée illustre bien combien le système des freeways de Los Angeles peut être envisagé pour cette métropole comme l'équivalent du réseau du métro pour les autres métropoles.

parlante), font partie intégrante du paysage, même si elles s'en distinguent et découpent littéralement, concrètement, la plaine en larges secteurs. L'importance des autoroutes serait telle au sein de la société que ce réseau constituerait pour certain « la seule véritable société, tout du moins la seule forme d'existence collective » (Baudrillard, 1986, p.54).

Cette réflexion trouve son prolongement avec la question de l'*interaccessibilité des lieux urbains*. Celle-ci est potentiellement très importante : ce réseau routier très développé permet d'accéder facilement, rapidement et gratuitement (les autoroutes urbaines n'ont pas de péages) à l'ensemble de l'agglomération. On peut faire l'hypothèse que l'automobile est considérée par la société locale comme le système de transport le plus démocratique : « pris ensemble, voiture privée et freeway public constituent la version idéale - pour ne pas dire idéalisée - d'un mode de transport urbain vraiment démocratique : trajet de porte à porte à la demande, à vitesse moyenne élevée et sur un territoire extrêmement vaste. Le degré de liberté et de commodité ainsi offert à tous (à l'exception d'une fraction faible, bien que de moins en moins négligeable, de la population) est tel qu'aucun habitant de Los Angeles n'est pressé de le sacrifier à un système de transport public rapide à haute densité sans doute plus efficace, mais bien moins commode et plus contraignant. » (Banham, 2008, p.188). Mais est-ce vraiment le cas ? Combien de personnes n'ont « réellement » pas de véhicules et quel est leur profil ? Le tableau et la carte qui suivent nous apportent quelques premiers éléments de réponse à cette question.

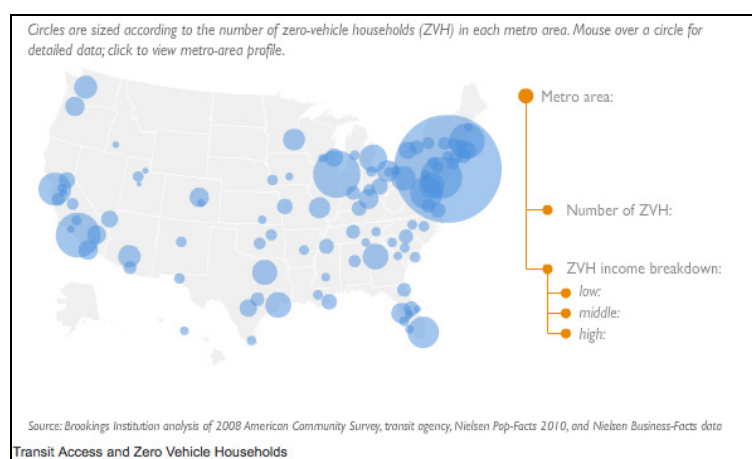
Les données avancées ici traitent uniquement la question des foyers (et non pas les personnes) qui n'ont pas de véhicule : cela ne renseigne donc pas sur l'utilisation effective de ceux qui ont une ou plusieurs voitures, ni de la proportion des usagers des transports en commun (un individu peut avoir une voiture et utiliser les transports en commun). New York se distingue particulièrement : près d'un tiers des foyers de l'aire métropolitaine n'a pas de voiture; c'est un chiffre beaucoup plus important que pour les autres agglomérations envisagées ici. Pourquoi ? Cela ne semble ni être uniquement une question de moyens financiers, puisque la moitié des foyers sans voitures ont des revenus moyens ou élevés, ni relever d'un "facteur ethnique", puisque c'est la même proportion. Ce serait plus en rapport avec un style de vie : on peut faire l'hypothèse que cela résulte de l'avantage que leur donne leur localisation : 83% résident en ville (on peut supposer qu'il s'agit principalement de Manhattan), où le système de métro permet de se déplacer facilement et en permanence (24h/24, 7j/7). On retrouve le même profil pour San Francisco avec cependant une proportion de foyers n'ayant pas de véhicules beaucoup plus faible. A Los Angeles inversement, le pourcentage de foyers qui n'ont pas de voiture est très faible.

Tableau n°17 :
Profil des foyers n'ayant aucun véhicule dans quelques métropoles américaines

City	Nombre et % de la pop tot. métropole	Revenus (bas/moyen/élevé)	Localisation ville ⁹⁵ /banlieue	Ethnies	Moyen transport
New York	2 millions (30%)	50% bas revenus	83% ville	33% blancs 33% hispaniques 21% noirs	67% transit 22% Autres ...
Los Angeles	359 000 (8%)	68% bas revenus	56% ville	64% hispaniques	44% Transit 21% Drove alone ⁹⁶ 12% Carpool 24% Autres
Chicago	400 000 (11,5%)	63% bas revenus	69% ville	38% blancs 35% noirs 20% hispaniques	53% Transit 23% Autres ...
Houston	123 000 (6%)	73% bas revenus	66% ville	47% hispaniques 29% noirs 20% blancs	25% Transit 23% Drove alone 30% Carpool 22% Autres
San Francisco	200 000 (12%)	58% bas revenus	68% ville	41% blancs	48% Transit 34% Autres ...

Réalisé à partir des données disponibles à : www.brookings.edu/research/papers/2011/08/18-transportation-tomer-puentes

Illustration n°20 :
Proportion des foyers des métropoles américaines n'ayant pas de véhicules



Source: www.brookings.edu/research/papers/2011/08/18-transportation-tomer-puentes

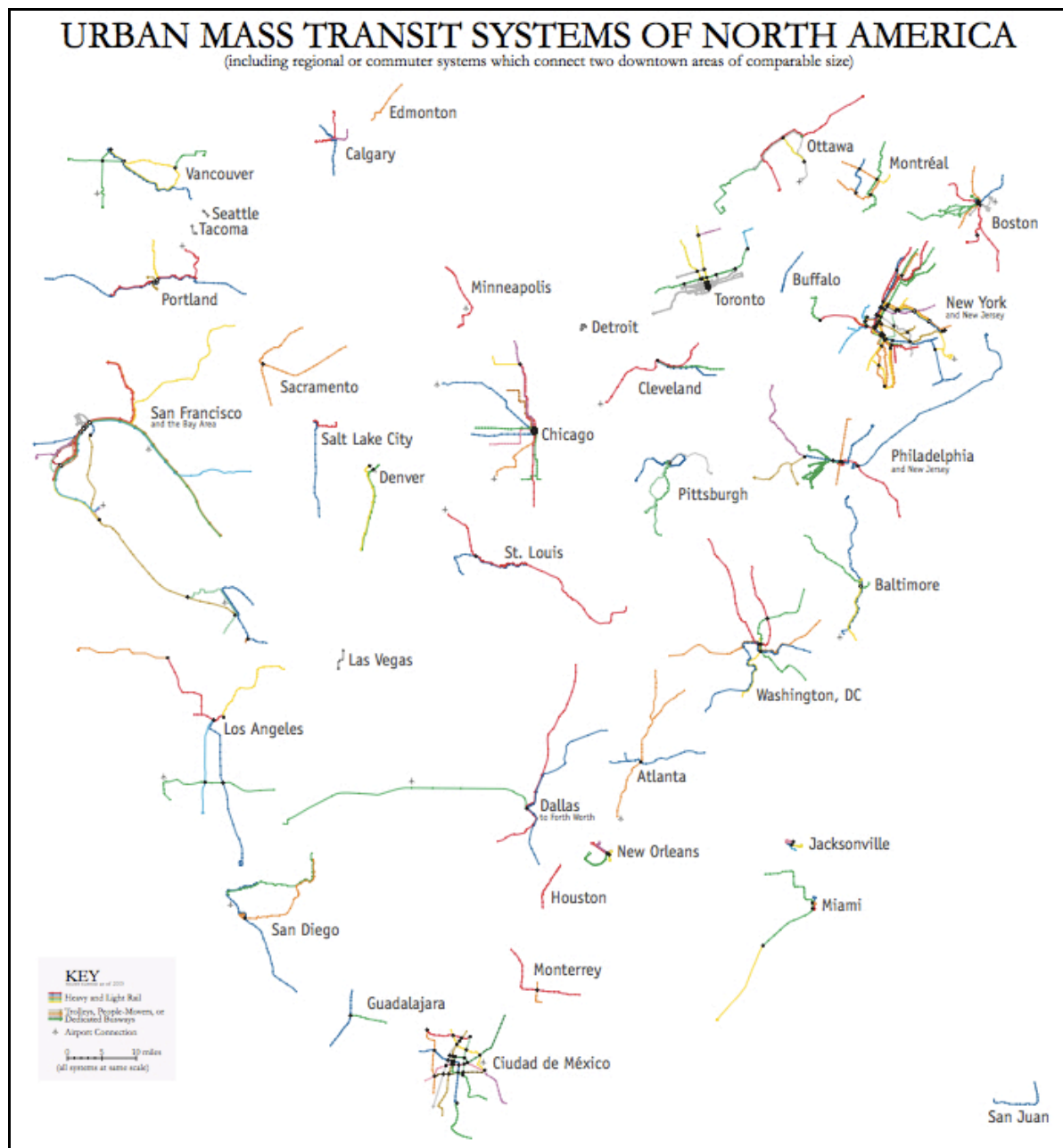
⁹⁵ Il faudrait avoir plus de précisions sur ce à quoi correspond "ville" ici : pour Los Angeles, est-ce Downtown ou la municipalité ?

⁹⁶ Cette catégorie n'est pas définie

Cependant, pour relativiser ce constat, il faut ajouter qu'il est similaire à celui des autres principales agglomérations américaines⁹⁷ : de ce point de vue, Los Angeles n'est pas une exception. Quelles sont les principales caractéristiques des foyers qui sont dans ce cas ? Une large proportion semble correspondre à des foyers hispaniques aux faibles revenus. On peut avancer l'hypothèse que le fait de ne pas avoir de voiture correspond moins ici à un choix de vie qu'à une situation subie. C'est cette population que l'on retrouve d'ailleurs en grand nombre dans les transports en commun (bus et métro). Si l'on considère justement l'offre en matière de transport en commun, le nombre de lignes de bus est également important (cf. chapitre 8 pour avoir des plans des différents réseaux), notamment en considération des autres métropoles américaines. S'il en est de même pour le nombre de lignes de métro (sans doute l'un des éléments les plus distinctifs de la métropolité d'une agglomération), l'interaccessibilité n'est plus évidente : si, en comparaison des autres principales métropoles américaines (cf. illustration n°21), Los Angeles n'est pas particulièrement sous-équipée, le réseau ne dessert pas la plupart des quartiers. Il faut notamment prendre en compte l'objection apportée par Jacques Lévy quant au rôle joué par la présence/absence des infrastructures de transport dans l'interaccessibilité des lieux : « les proches banlieues nord-est de Paris et les quartiers de Watts ou South Central à Los Angeles sont très bien desservis en transports de toute sorte. Ainsi les « experts » récemment interrogés par un institut de sondage qui évoquaient l'« enclavement » des quartiers en difficulté, ont-ils été démentis par un échantillon d'habitants de ces quartiers, qui ne citent nullement comme priorité l'amélioration des infrastructures de transports » (Lévy, 1999, p.216). Pour l'auteur, c'est moins l'importance des infrastructures qui est au cœur du problème que plus fondamentalement l'étendue du capital social, économique, culturel et spatial des individus. De plus, il faut relever que la dynamique actuelle tend à l'augmentation (à la fois effective et potentielle) du réseau du métro, avec le développement de certains projets.

⁹⁷ Toujours selon la même source, le pourcentage des foyers n'ayant pas de véhicules pour les autres principales agglomérations américaines se situe entre 5% et 8% (Dallas, Phoenix, Atlanta, San Diego, Denver, Seattle, Las Vegas, San Antonio, Portland/Vancouver, Detroit, Miami), et approximativement 13% pour Philadelphie et Boston.

Illustration n°21 :
Schéma des réseaux des métros des principales agglomérations des Etats-Unis



Source : www.radicalcartography.net/index.html?subways

Cette problématique élargit en réalité la question à la place des différentes métriques au sein de cette agglomération. C'est ce que l'on constate implicitement à partir de l'enquête réalisée par le groupe Veolia sur les « modes de vie urbain »⁹⁸. S'il est bien sûr possible d'énoncer un certain nombre de limites quant à la rigueur scientifique de cet exercice, cela nous offre une indication, à un haut niveau de synthèse, des différentes « façons de faire » des individus avec les métropoles. Le tableau suivant reprend quelques indicateurs avancés par l'enquête, dont ceux concernant les métriques. On constate donc que, pour des agglomérations (plus ou moins) comparables, les « manières de faire » peuvent varier considérablement, notamment en termes de mobilité : une très grande partie (entre 65% et 92%) des populations de ces métropoles utilisent les transports en commun, sauf à Los Angeles où ils ne sont que 18%. Inversement, 90% des résidents de cette agglomération ont l'habitude de se déplacer en voiture, soit beaucoup plus que pour les autres aires urbaines du panel. Il est intéressant de constater que Los Angeles a aussi le plus faible pourcentage de résidents nés sur place (cela tend à indiquer qu'une large majorité de la population de ce lieu est issue de l'immigration - et représente toujours le « rêve américain ») et un des plus forts taux de « volonté de départ » (témoignant d'une éventuelle désillusion quant à la non-réalisation de cet espoir, Los Angeles étant un « rêve inachevé »).

**Tableau n°18 :
Quelques indicateurs pour esquisser les différents modes de vie métropolitains**

Villes	Sont nés dans la ville	Ont choisi d'y rester	Circulent en voiture	Utilisent les transports en commun	Souhaitent quitter le lieu
Alexandrie	86%	62%	-	Très grande majorité	24%
Berlin	52%	75%	46%	Très grande majorité	26%
Chicago	44%	77%	76%	40%	35%
Londres	40%	72%	37%	74%	46%
Los Angeles	20%	79%	90%	18%	41%
Lyon	38%	76%	47%	57%	39%
Mexico	78%	60%	65%	64%	-
New York	58%	70%	48%	65%	42%
Paris	33%	79%	26%	80%	36%
Pékin	52%	92%	-	80%	-
Prague	68%	67%	-	92%	22%
Shangai	74%	96%	-	-	17%
Sydney	48%	79%	73%	42%	28%
Tokyo	39%	68%	« Moins que partout »	-	30%

Source : « Observatoire Veolia des modes de vie urbains », étude réalisée par Ipsos, 2008⁹⁹

⁹⁸ Dans 14 villes des 5 continents, avec plus de 600 questionnaires réalisés par internet pour chaque lieu à partir d'un échantillon constitué selon la méthode des quotas (sexe, âge et quartier dans la plupart des cas)

⁹⁹ Les cases « vides » sont celles où l'information n'est pas donnée.

Les métriques pédestres semblent être peu développées, peu importantes¹⁰⁰ : « se promener à pied à Los Angeles, y compris dans les beaux quartiers dont les trottoirs sont verdoyants parce que parés d'arbres d'une très belle allure (alors que le climat plutôt sec ne facilite pas leur présence) et que la pelouse séparant l'entrée de la maison du trottoir est toujours bien entretenue, s'avère en réalité une drôle d'expérience. Le piéton se sent incapable de discerner la vie qui anime ces maisons et ces jardins situés à l'arrière. Seul un panneau situé à l'entrée du quartier et signalant le programme de surveillance "neighborhood watch program", rend compte de la solidarité qui lie les différents voisins » (Ghorra-Gobin 1998, p.95). En réalité, il s'agit doublement d'une « drôle d'expérience » : d'une part, force est de constater qu'on ne croise effectivement que très peu de piétons dans la plupart des rues de Los Angeles, que l'on se promène près des Watts Towers, au cœur de South Central, où dans la zone résidentielle de Beverly Hills. Les rues où la présence des piétons est visible et remarquable sont les exceptions. D'autre part, et toujours à partir de ce même constat, il est possible de poursuivre encore un peu plus la réflexion sur la place accordée généralement au piéton au sein de cette agglomération : le programme de surveillance ne reflète pas seulement une solidarité entre voisins, mais aussi et avant tout une méfiance par rapport à l'intrus, à l'étranger, au piéton. Le panneau n'est pas destiné à l'automobiliste qui traverse le quartier, mais au passant que l'on considère *a priori* comme un rôdeur. A ce titre, l'affirmation de Jean Baudrillard sur ce point est certes quelque peu provocatrice, mais pas totalement infondée, lorsqu'il déclare que « dans cette métropole centrifuge, si tu descends de la voiture, tu es un délinquant ; dès l'instant où tu te mets à marcher, tu es une menace pour l'ordre public » (Baudrillard, 1986, p.58). Aussi, il ne semble vraiment pas évident¹⁰¹ que « quelle que soit l'apparente domination de l'automobile et de ses lobbies à Los Angeles, il y est certainement plus facile de fermer une rue pour la donner aux piétons que dans n'importe quelle ville d'Angleterre » (Banham, 2008, p.132).

« A Los Angeles, qui se caractérise par l'absence du piéton, l'urbanité est complètement dissociée de l'espace public et se vit dans de multiples réseaux associatifs ainsi que dans les espaces relevant d'institutions comme l'université, l'entreprise et la paroisse alors que les espaces publics sont essentiellement limités aux flux de circulation » (Ghorra-Gobin 1998, p.94). Effectivement, mis à part quelques exceptions, il est très rare de voir des piétons sur les trottoirs. Mais peut-être faudrait-il malgré tout formuler différemment, de manière plus nuancée, cette affirmation : il y a des gens qui marchent, mais de manière ponctuelle. Ce n'est pas pour « aller d'un point A à un point B » mais plutôt pour flâner au sein d'un espace relativement restreint. C'est ainsi plus largement la problématique concernant la présence et le statut accordé à ce qu'on appelle l'espace public à Los Angeles qui est abordée ici. La plage serait à Los Angeles le « seul endroit où les gens se retrouvent sur un pied d'égalité » (Banham, 2008, p.27). Il s'agit là d'une assertion puissante : l'auteur sous-entend que la plage serait l'un des rares espaces publics - c'est à dire commun, ouvert et pratiqué par toutes les populations - de cette agglomération. Bien qu'il soit frappant – pour un européen en tout cas – de remarquer qu'il y a par exemple très peu de « places¹⁰² » à Los

¹⁰⁰ Comme l'affirme la chanson populaire, *Nobody Walks in L.A.*

¹⁰¹ La prégnance de l'automobile est telle que les rues ne sont que très rarement (complètement) fermées à la circulation, même par exemple lors de la "première" d'un film au niveau du Hollywood Boulevard.

¹⁰² Entendue ici au sens d'esplanade. Cette observation empirique est confirmée par l'extrait suivant : « Los Angeles ne s'étant pas développée à partir d'un lieu, d'un noyau ou d'un centre, mais au gré de la construction de voies, d'ailleurs souvent financées par des promoteurs fonciers, elle n'a jamais intégré la notion de place publique dans son urbanisme » (Ghorra-Gobin, 1997, p.74).

Angeles, on pourrait dans un premier temps réfuter cette proposition en objectant que les espaces publics sont nombreux, avec les trottoirs et les parcs. Cependant, trois limites viennent relativiser cette présence. Tout d'abord, il faut noter que ces trottoirs et parcs sont, exceptés dans les riches petites municipalités telles Santa Monica, West Hollywood ou encore Beverly Hills, très peu entretenus : ils ne bénéficient que de peu d'investissements publics et sont dans un état assez délabré (la photographie – illustration n°22 – illustre l'écart qu'il peut y avoir entre une municipalité aisée – ici Beverly Hills – et Los Angeles, municipalité beaucoup plus importante en terme démographique ou de superficie et qui n'a pas les moyens d'entretenir correctement ses infrastructures)¹⁰³. Cause et conséquence de cette réalité, il faut ensuite admettre que, en dehors de quelques situations très localisées (les prochains chapitres seront l'occasion de revenir plus longuement sur ce point), l'on voit très peu de piétons dans les rues de Los Angeles, aussi bien dans les quartiers riches que dans les quartiers pauvres. Le critère pertinent ne serait donc pas tant celui de la *présence* que de l'*utilisation* (efficace et efficiente) de cet espace public : à Los Angeles, l'utilisation de l'espace public n'est pas assurée. Une des éléments avancés pour expliquer cette situation est que Los Angeles s'est construite à partir de la valorisation de l'espace domestique au détriment de l'espace public (Ghorra-Gobin, 1997). On peut enfin avancer comme limite à cette « présence d'espaces publics », qu'ils sont en réalité communautaires : chaque communauté « ethnique » (et donc chaque quartier) a « ses » espaces publics. L'espace public n'est donc pas un outil pour rassembler l'ensemble de la société à l'échelle de l'agglomération, de provoquer la *serendipity* : cette dernière, correspondant à la « propension à faire des trouvailles inattendues, qui est une des caractéristiques générale de l'urbanité, s'en trouve ici (à Los Angeles) très affaiblie » (Lévy, 1999, p.382), sans doute autant par le fait que les individus ne peuvent pas que parce qu'ils ne veulent pas.

Illustration n° 22 :

L'inscription spatiale de la limite administrative entre Beverly Hills et Los Angeles



Source : www.libération.fr/monde/0101629519-la-banqueroute-menace-los-angeles

¹⁰³ Cela constituant un autre indice de la fragmentation politique structurant l'aire urbaine.

3.1.4. Conclusion

Qu'en est-il finalement de l'urbanité de Los Angeles ? Les pages précédentes ont permis de brosser, brièvement – ce n'est pas le cœur du travail –, un portrait de l'urbanité a priori de cette agglomération, à travers une évaluation des principaux paramètres. Pour cela j'ai repris dans le contexte angelinos les dimensions utilisées par Jacques Lévy (1999) pour dégager les modèles d'urbanité. Pour résumer le développement de cette section, la « présence » ou « l'absence » telle que discutée lors des pages précédentes a été récapitulée synthétiquement dans le tableau suivant (n°19). Si l'on accepte les limites de l'exercice et que l'on « fait les comptes » malgré tout, avec huit critères absents (« – ») et cinq présents (« + »), Los Angeles se situerait donc plutôt du côté du modèle de Johannesburg. Cependant, ce n'est donc pas aussi « tranché » qu'il pourrait y paraître au premier abord, et Los Angeles ne constitue pas de ce point de vue, un « modèle » particulier, une situation unique, mais plutôt une métropole parmi d'autres. On peut d'autre part avancer l'idée que cette agglomération est caractérisée par une urbanité absolue élevée (par rapport à l'ensemble des lieux urbains existants dans le monde) mais une urbanité relative plutôt faible (si on la compare avec des agglomérations de la même catégorie). Qui plus est, il s'agit là d'une analyse de la situation actuelle.

**Tableau n°19 :
Los Angeles à l'épreuve des modèles d'urbanité**

	Los Angeles
Densité	+
Compacité	–
Interaccessibilité des lieux urbains	+
Présence d'espaces publics	–
Importance des métriques pédestres	–
Co-présence habitat / emploi	–
Diversité des activités	+
Mixité sociologique	–
Fortes polarités intra-urbaines	+
Productivité marchande par habitant	+
Auto-évaluation positive de l'ensemble des lieux urbains	–
Autovisibilité et auto-identification de la société urbaine	–
Société politique d'échelle urbaine	–

Maintenant, qu'en est-il de la dynamique et de l'interrogation sur la direction vers laquelle semble évoluer l'aire urbaine. Quelle est la tendance ? La métropole de Los Angeles se rapproche-t-elle toujours plus du modèle de Johannesburg ou au contraire a-t-elle tendance à se diriger vers le modèle d'Amsterdam ? La seconde option semble la plus probable, et plus que d'une « Losangelisation du monde » nous aurions à faire avec « l'amsterdamisation » de Los Angeles. Il semble que Los Angeles soit dans une dynamique de développement de la densité, des métriques pédestres et des espaces publics notamment. La question que l'on peut se poser est de savoir

dans quelle mesure la dimension touristique (à travers les manières de faire avec de l'espace de la part des touristes) intervient dans l'évolution de ces caractéristiques. Cette question, qui est l'une des principales de ce travail, nécessite une présentation du système touristique à Los Angeles. C'est l'objectif de la deuxième partie de ce chapitre.

3.2. Repenser touristiquement Los Angeles

La première section a donc servi à présenter les caractéristiques liées à l'urbanité de Los Angeles. La seconde se focalise maintenant sur sa dimension touristique. Si cette agglomération a eu droit à un traitement de choix en ce qui concerne les problématiques urbaines, ce n'est pas le cas pour le second aspect : peu de travaux se sont véritablement penchés sur ce problème. Or, je fais l'hypothèse que c'est une dimension fondamentale pour comprendre cette aire urbaine : il n'est pas possible de faire l'économie d'une analyse des logiques touristiques si l'on veut avoir une compréhension accrue des ressorts du fonctionnement de Los Angeles. D'où la reprise détournée de l'expression *Rethinking Los Angeles*¹⁰⁴ (Dear, Schockman & Hise, 1996) pour le titre de cette seconde section : ce travail peut aussi permettre d'adopter un nouvel angle d'attaque pour appréhender cet objet urbain, d'avoir une nouvelle appréciation de cette agglomération, de la repenser à travers ses dynamiques touristiques. Nous avons envisagé dans le chapitre 1 l'hypothèse selon laquelle le tourisme était une dimension fondamentale des métropoles contemporaines avec une dynamique partagée par un grand nombre de ce type de lieu que l'on a pu définir comme d'un « *recreational turn* » (Stock, 2007). Qu'en est-il pour Los Angeles ? Cette métropole est-elle concernée par ce renversement de perspective ? Quelle est la place du tourisme au sein de cette agglomération ?

Les deux objectifs, interdépendants, de cette sous-partie sont donc de donner une vision d'ensemble de ce que peut représenter la dimension touristique pour Los Angeles et de réfléchir sur le type de lieu touristique auquel peut correspondre cette agglomération. Cela nous permettra de caractériser synthétiquement l'agencement résultant de l'ensemble des actions réalisées par les acteurs concernés. On aborde ainsi la question fondamentale de la qualité du lieu, c'est-à-dire d'envisager l'ensemble des caractéristiques essentielles d'un espace, ce qui lui est propre, « par rapport à un usage, une stratégie donnée » (Brunet, cité in Stock, 2004). Ce concept permet de préciser ce qui fait le lieu, les éléments qui en sont constitutifs en insistant sur le fait qu'un lieu est réactualisé en permanence, que ses caractéristiques sont sans cesse mises à l'épreuve des arbitrages effectués par les individus : c'est une manière d'appréhender les agencements spatiaux et de distinguer différents types de lieux (tels que le site, le comptoir, la station, la ville, etc. – cf. MIT, 2002). Proposer une définition touristique d'un lieu, c'est prendre en considération, d'une certaine façon, cette population dont la présence dans chaque lieu est de plus en plus importante et jamais sans effets. Dans une perspective touristique, qualifier un lieu revient alors à se focaliser plus spécifiquement sur les touristes, ou plus exactement sur les manières dont les individus font avec de l'espace en situation touristique, en intégrant l'ensemble des acteurs participant de la dimension touristique du lieu.

¹⁰⁴ Expression que les auteurs utilisent pour décrire la lecture originellement post-moderne, donc hors des analyses urbaines traditionnelles, qu'ils proposent de cette agglomération.

Il y a plusieurs façons possibles d'apporter des éléments de réponse à cette question : la première coïncide avec l'évaluation de quelques critères basiques supportant la typologie des lieux touristiques de l'Equipe MIT : présence/absence i) d'hébergement, ii) d'une population résidente et iii) de fonctions urbaines diversifiées (MIT, 2002). Cette approche relativement simple, autorise un classement rapide, efficace et peu conflictuel des lieux mais en réduit la complexité et peut rassembler des lieux n'ayant, dans les faits, pas grand chose en commun. La deuxième perspective envisageable consiste en une analyse de la mise en tourisme du lieu : tout lieu n'est pas mis en tourisme de la même manière, et réfléchir sur les logiques de la dynamique touristique permet de mieux comprendre le rôle qu'a eu cette dimension dans l'évolution du lieu. Enfin, une autre possibilité est d'envisager l'espace touristique du lieu : la question de la localisation des pratiques touristiques est également importante pour saisir le poids de ce système dans le fonctionnement d'une agglomération. Aussi, pour travailler sur cette question et donner un aperçu de l'importance du tourisme à Los Angeles, les prochaines sections reviendront successivement i) sur des statistiques permettant de brosser un portrait quantitatif du tourisme à Los Angeles, d'en avoir un ordre de grandeur et des premières indications sur les ressorts de son fonctionnement, ii) sur les lieux habités par les touristes tels qu'on peut les dégager a priori et iii) une mise en perspective historique qui nous permettra de voir comment s'appliquent à Los Angeles les catégories d'analyses existantes.

3.2.1. L'ampleur de la dimension touristique à Los Angeles

Nous avons constaté dans la première partie de ce chapitre que le secteur économique « Tourism and hospitality » était considéré comme le plus important en terme d'emploi. La première étape de cette description de la dimension touristique de Los Angeles implique donc de discuter quelques statistiques pour avoir une estimation chiffrée du nombre de visiteurs séjournant à Los Angeles et comprendre ce que cela peut représenter quantitativement pour cette agglomération¹⁰⁵.

Selon les statistiques officielles, il y aurait eu près de 41,4 millions « d'overnight and day visitors » en 2012, dont les dépenses atteindraient les 16,5 milliards de dollars. Ces 41,4 millions de visiteurs seraient répartis en 13,5 millions « d'excursionnistes » (qui sont à Los Angeles le temps d'une journée seulement) et 27,9 millions qui resteraient au moins une nuit¹⁰⁶ : parmi ces derniers, 21,9 millions résident aux Etats-Unis et 6 millions proviennent d'un autre pays). Le tableau suivant (n°20) permet donc d'estimer à près de **21,5 millions** (77%) le nombre des « overnight visitors » qui sont des touristes (à Los Angeles pour les « loisirs ») et à 6,4 millions (23%) les personnes à Los Angeles dans le cadre d'un déplacement professionnel.

¹⁰⁵ Je m'appuierai ici sur les chiffres issus du rapport du Los Angeles Convention & Visitors Bureau (LACVB) correspondant au bilan de l'année 2012 (disponible à : <http://www.discoverlosangeles.com/tourism/research>) ; Pour enrichir la discussion, je le mets en perspective par rapport à celui de 2005, plus complet. Le référent géographique correspondant à Los Angeles est celui du comté (les 88 municipalités en faisant partie, dont celle de Los Angeles).

¹⁰⁶ Cela représente une augmentation assez considérable par rapport à 2002, où leur nombre était estimé par la même institution à 22,1 millions.

Tableau n°20 :
Nombre et proportion des différents types d'« Overnight Visitors »

Catégories :	Nombre :
International leisure	5 millions (18%)
International Business	1,1 million (4%)
Domestic leisure VFR	9,5 millions (34%)
Domestic leisure hotel	7 millions (25%)
Domestic Business	5,3 millions (19%)

Source : Los Angeles Tourism by Numbers – 2012 Quick Facts

Il convient de noter l'importante proportion des personnes qui rendent visite à des proches (« VFR » : Visiting Friends and Relatives) : il y a une forte probabilité que cette situation ait une influence sur leur manière de faire avec de l'espace à Los Angeles. On peut faire l'hypothèse que ces touristes sont plus habitués à la métropole et qu'ils en ont une autre pratique. Cette hypothèse d'une certaine familiarité à Los Angeles pour un nombre important des *Domestic Visitors* se confirme si l'on se focalise sur leur lieu de provenance (cf. tableau n°21). On peut ainsi constater une « californialité » très importante¹⁰⁷ : quatre (San Francisco, San Diego, Sacramento et Fresno) des dix premières villes d'origines de ces visiteurs sont situés dans cet état¹⁰⁸. De ce point de vue, un large pourcentage des visiteurs nationaux sont « régionaux ».

Tableau n°21 :
Los Angeles Top 10 Non-Local Domestic Markets

Aire Métropolitaine	Nombre de visiteurs
San Francisco	2 023 000
San Diego	1 564 000
New York	1 173 000
Phoenix	799 000
Seattle	782 000
Sacramento	697 000
Fresno	527 000
Chicago	527 000
Baltimore	493 000
Salt Lake City	408 000

Source : Los Angeles Tourism by Numbers 2012 Quick Facts

¹⁰⁷ Et sans que les visiteurs de la CMSA de Los Angeles, c'est-à-dire les personnes résidant dans les quatre (Orange, Riverside, San Bernardino, Ventura) autres comtés concernés par l'agglomération de Los Angeles : ils représentaient 10% - soit plus de deux millions d'individus – en 2005 (Source : LA INC « LA Travel and Tourism Quick Stats 2006 »).

¹⁰⁸ Cela ne signifie par pour autant que Los Angeles n'est pas un lieu porteur d'une certaine altérité pour ces visiteurs (ceux qui résidaient dans un lieu à faible urbanité par exemple).

Indications sociologiques et activités des Domestic Overnight Visitors en 2005¹¹¹

42% ont entre 18 et 34 ans ; 74% sont blancs.

Voici les activités réalisées par ceux qui viennent pour le loisir durant leur séjour:

Pratiques	Récurrences
Shopping	36%
Evènement familial	32%
Parc à thèmes	22%
Plages	18%
Urban Sightseeing	17%
Musées	13%
Vie nocturne	10%

L'élément le plus marquant est probablement le très faible pourcentage de deux « pratiques » pourtant habituellement prédominantes dans les pratiques touristique des métropoles que sont la visite des musées et la découverte du paysage urbain. Cela corrobore l'idée selon laquelle, « de façon peu surprenante, les visiteurs de New York mentionnent le fait de déambuler dans les rues comme une des principales attractions, tandis que la réponse est absente à L.A. » (Fainstein & Gladstone, 2001). La plage et le parc à thèmes ont des chiffres plus élevés, mais pas très élevés malgré tout, puisque ces deux activités sont effectuées par moins d'un quart des *leisure visitors*. Le fait par contre que le shopping et l'évènement familial soit effectué par près d'un tiers de ce groupe tend peut être à indiquer que Los Angeles, si ce n'est pas un lieu du quotidien, est malgré tout un lieu relativement familier pour une grande partie de cette population ; cette agglomération correspondrait moins, pour ces personnes, à un lieu à découvrir, qu'à un centre urbain (l'un des plus importants au monde en l'occurrence), possédant des services et des commerces rares, que l'on ne trouverait pas partout ailleurs.

Los Angeles au sein de l'espace touristique états-unien en 2005¹¹²

Les visiteurs internationaux découvrent Los Angeles lors de leur premier voyage aux Etats-Unis dans 27% des cas : ce chiffre tend à indiquer que cette agglomération ne fait pas partie des « priorités » d'une large majorité de ces visiteurs. Lorsqu'ils visitent d'autres métropoles, les visiteurs internationaux vont à Las Vegas et à San Francisco dans respectivement 34% et 31% des cas : ces métropoles sont les deux autres pôles du Tour de la Californie. New York arrive en troisième position avec 14%. De façon plus surprenante, on peut constater que la ville d'Anaheim (où est localisé Disneyland) n'est avancée que dans 8% des réponses, malgré une contiguïté géographique : cela signifierait-il qu'il y a peu de liens, pour les visiteurs internationaux, entre les « destinations » touristiques que sont Los Angeles et le parc d'attraction ?

¹¹¹ LA INC : « LA Travel and Tourism Quick Stats 2006 »

¹¹² LA INC : « LA Travel and Tourism Quick Stats 2006 »

Par ailleurs, près d'un tiers des touristes de Los Angeles viennent de l'étranger : la dimension internationale est donc relativement conséquente. Le tableau suivant (n°22) nous permet à ce titre de savoir quelles sont les principales nationalités des touristes présents à Los Angeles.

**Tableau n°22 :
« Los Angeles Top International Markets »**

Overseas Market	Nombre de visiteurs
China	459 000
Australia	387 000
United Kingdom	318 000
Japan	289 000
France	273 000
South Korea	233 000
Germany	224 000
Brazil	114 000
Total Overseas	3 659 000
Mexico	1 651 000
Canada	700 000
Total International	6 010 000

Source : Los Angeles Tourism by Numbers 2012 Quick Facts

De façon conforme aux attentes (une large proportion la population de Los Angeles en étant originaire¹¹³), le Mexique est le pays le plus représenté : cela accentue le caractère « régional » de la fréquentation de Los Angeles. Si leur nombre est stable par rapport à 2005, il est possible de constater des changements assez notables par rapport au classement¹¹⁴ de cette année là correspondant essentiellement à une augmentation considérable du nombre de touristes chinois et australiens. La deuxième étape de cette présentation consiste à nous poser la question suivante: où sont les touristes à Los Angeles ? La configuration supposée de l'espace touristique de cette métropole est donc le problème abordé dans la deuxième section.

3.2.2. Les nodalités touristiques de Los Angeles

Quelle est la configuration a priori de l'espace touristique de Los Angeles ? Je souhaite défendre dans cette section l'idée d'une dispersion importante des lieux où les touristes sont présents à Los Angeles: « les lieux visités par les touristes sont géographiquement diffus. Hollywood est la zone la plus visitée du comté mais ne compte que pour seulement 23 % de toutes les visites touristiques. Beverly Hills est deuxième, comptabilisant 17% des visites touristiques de non-résidents. Moins de 10% font une excursion spéciale à Downtown Los Angeles, soulignant une

¹¹³ On peut d'ailleurs faire l'hypothèse qu'un grand nombre de visiteurs mexicains rendent visite à de la famille : cela a très certainement une incidence sur leurs pratiques et leurs manières de faire avec l'espace à Los Angeles.

¹¹⁴ Mexico : 1,6 M / Canada : 434 000 / United Kingdom : 361 000 / Japan : 350 000 / Australia : 186 000 / South Korea : 181 000 / Germany : 156 000 / Taïwan : 119 000 / Chine : 117 000 / France : 98 000 / Brazil : 54 000 / (LA INC : « LA Travel and Tourism Quick Stats 2006 »)

fois de plus le contraste avec New York dans le rôle périphérique joué par le Central Business District dans l'économie touristique de la ville » (Fainstein et Gladstone, 2001, p. 26). Dans cet extrait, les auteurs pointent deux aspects de l'inscription spatiale du tourisme à Los Angeles : tout d'abord l'espace des pratiques touristiques ne se limiterait pas au centre-ville mais serait "géographiquement diffus" au sein de l'aire urbaine. Ensuite, parmi les lieux touristiques composant l'espace des pratiques touristiques de Los Angeles, Downtown n'est apparemment ni, de manière relative, le plus visité, ni, de façon absolue, très visité (9). Cette situation saisie statistiquement incite donc les auteurs à opposer Los Angeles à New York ; mais c'est sans doute plus généralement d'avec l'ensemble des villes de "type européen" que l'on peut distinguer Los Angeles : l'espace des pratiques touristiques des « villes européennes » correspond généralement au centre-ville, voire à la ville-centre, ce qui ne semble a priori pas être le cas pour Los Angeles.

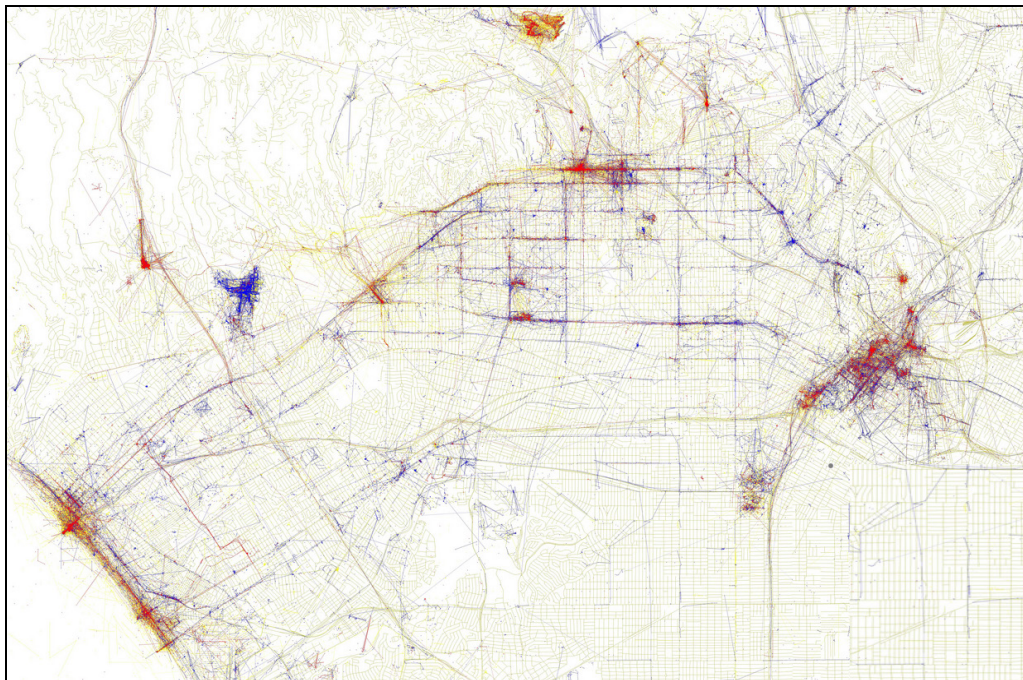
Il faut tirer les implications d'un tel constat. En effet, il est classiquement admis que l'espace touristique d'une ville ou d'une métropole correspond principalement à son centre-ville historique. Or, ce n'est pas le cas ici : de ce point de vue, on peut avancer que Los Angeles fait figure d'exception. À Los Angeles, l'espace des pratiques touristiques ne se limiterait pas à un seul lieu, le centre-ville, comme c'est le cas pour la plupart des autres métropoles, mais serait constitué de plusieurs lieux, parmi lesquels, qui plus est, *Downtown* ne serait pas le principal. Il n'y aurait donc pas un *Central Tourist District* correspondant à un espace touristique « accessible à pied », tel que le dégagent Philippe Duhamel et Rémy Knafo (2007) à partir de l'exemple parisien¹¹⁵, mais de multiples nodalités¹¹⁶ touristiques. Cela rejoint des travaux sur d'autres secteurs d'acteurs (qui ne prenaient donc pas en compte la dimension touristique) et dans lesquels les auteurs évoquaient une « structure polynodale caractérisée » (Marchand et Scott, 1991, p. 413). Nous aurions donc d'un côté des aires urbaines à l'espace touristique continu, aux métriques essentiellement topographiques, et de l'autre Los Angeles, avec un espace touristique discontinu, s'apparentant plus à un réseau qu'à un territoire, et s'organisant selon des métriques majoritairement topologiques. Cet éclatement des lieux touristiques de Los Angeles est d'autant plus important que Fainstein et Gladstone oublient d'évoquer d'autres lieux fréquentés par les touristes : les « beach cities » par exemple, dont les plus célèbres sont Venice Beach et de Santa Monica correspondant à des endroits très prisés, recevant, selon les statistiques officielles, environ 6,3 millions de visiteurs (dont près de la moitié d'étrangers). Les parcs à thèmes sont d'autres nodalités touristiques importantes de Los Angeles. Il y en a deux principaux, d'inégale importance : celui de Disneyland, à Anaheim (sud de l'agglomération, dans le comté d'Orange), le premier du genre (ouvert en 1955) et qui accueille chaque année près de 16 millions de visiteurs, et celui de Universal Studios, à North Hollywood, qui reçoit près de 5 millions de visiteurs.

La carte suivante (illustration n°23) montre particulièrement bien la disposition des principaux lieux touristiques supposés au sein de l'agglomération ; Cela ne représente pas l'ensemble de la métropole, mais correspond à un focus sur le westside, avec le « wilshire corridor » en son centre. Elle a été réalisée par Eric Fischer (2010) à partir de la « géo-localisation » des photos postées sur Flickr par les utilisateurs de ce service.

¹¹⁵ Configuration que l'on pourrait généraliser à de nombreuses autres métropoles à travers le Monde.

¹¹⁶ Pour détourner l'expression employée par Edward Soja (2004) afin de remplacer le terme, sans doute trop connoté pour lui, de centralité.

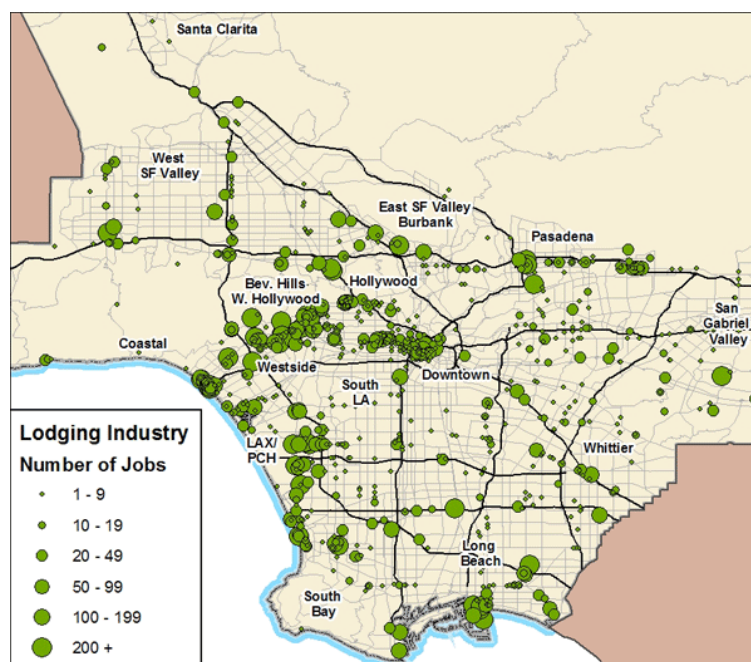
Illustration n°23 :
Les lieux des photographies de Los Angeles sur Flickr



(Légende : une couleur différente est attribué au point selon cette distinction : les locaux sont en bleu, les visiteurs sont en rouge, le jaune étant réservé pour les cas où l'information n'est pas présente ou trop imprécise).

Source : Eric Fischer, 2010 ; disponible à : www.flickr.com/photos/walkingsf/sets/72157624209158632/

Illustration n°24 :
Concentration des emplois de l'industrie du logement à Los Angeles



Source : LA INC « LA Travel and Tourism Quick Stats 2006 »

En fonction des informations données par ces derniers lors de leur inscription notamment, il est possible de savoir quelle est la qualité de la personne ayant pris la photographie : est-ce un résident ou un visiteur. On peut bien sûr dégager des limites à ce travail : à partir d'où un utilisateur n'est-il plus considéré comme résidant à Los Angeles ? De même, cela ne nous renseigne pas sur la qualité des visiteurs : s'agit-il de touristes ou de personnes étant à Los Angeles pour des affaires¹¹⁷ ? Ensuite, cela ne représente pas tous les touristes : seule une petite partie prend le temps de mettre en ligne des photographies sur ce site internet. Egalement, une personne peut ne pas poster l'ensemble des photos prises durant son séjour mais seulement une sélection. Si l'on dépasse la fragilité de cette construction et que l'on considère malgré tout sérieusement cette carte, elle peut devenir alors un moyen original pour recouper d'autres types d'informations – la photographie devient ici un marqueur de la présence de visiteurs à un endroit, et avoir une vision d'ensemble de la répartition spatiale du phénomène touristique à Los Angeles.

Décrivons la carte. Universal Studio se localise à l'extrémité nord. Juste en dessous, Hollywood. A l'extrémité ouest de la carte, se situent Santa Monica et Venice Beach, reliées par la promenade le long de la plage. En bordure est de la représentation, se trouve Downtown Los Angeles. La nébuleuse bleue correspond probablement au campus de UCLA à Westwood, le Getty Center étant juste au-dessus et Rodeo Drive, la fameuse rue de Beverly Hills, juste à droite. La lecture de cette carte renforce l'hypothèse qu'il y aurait différents lieux distincts, éparpillés à certains endroits de l'agglomération, où l'on peut recenser la présence de visiteurs. Tout n'est pas touristique, mais seulement quelques endroits bien précis, sans qu'aucun ne se distingue particulièrement. Il semble y avoir une forte discontinuité entre les lieux : la distance séparant Downtown de Santa Monica est d'approximativement une trentaine de kilomètres. Il est intéressant de constater que Downtown est particulièrement bien visible sur la carte. Cela irait-il en contradiction avec la piste reprise un peu plus haut dans le texte considérant ce quartier non touristique ? Ce serait l'une des façons d'expliquer cette surreprésentation. L'autre hypothèse à ce sujet pourrait être que, du fait de la monumentalité des bâtiments de ce lieu, *ceux qui postent des photographies sur Flickr* ont été plus enclins à prendre puis mettre en ligne des photos de ce quartier. Une autre manière d'appréhender, de façon détournée, la répartition spatiale du tourisme, est d'observer la localisation des emplois relatifs à l'hébergement. Le principal apport que l'on peut dégager de cette cartographie (illustration n°24) est de remarquer les très fortes concentrations des emplois liés à « l'industrie du logement » d'une part près de l'aéroport (LAX) et d'autre part sur le *Wilshire corridor*, entre Downtown Los Angeles et Santa Monica en passant par le westside : cela semble être le cœur du système hôtelier de l'agglomération. Il y a une correspondance avec la carte précédente : il y a un important regroupement des emplois hôteliers dans la même région où l'on a pu situer les lieux pour lesquels il y avait le plus de photographies postées de la part des utilisateurs de Flickr.

Ainsi, à Los Angeles, Downtown ne serait a priori ni le seul lieu des pratiques touristiques ni le plus visité. S'il semble bien toutefois faire partie de l'espace des pratiques touristiques de Los Angeles il apparaît que ce dernier soit plutôt composé de plusieurs lieux distincts topographiquement : ce seraient alors les touristes, qui par leurs pratiques, les mettraient en

¹¹⁷ Même si l'on peut faire l'hypothèse que la plupart des visiteurs prenant des photographies durant leur séjour à Los Angeles et les postant sur Flickr sont dans une optique de récréation.

relation et donneraient un sens à l'ensemble. Los Angeles serait ainsi une métropole « touristiquement fragmentée », un « modèle polycentrique de loisir, toujours à la recherche d'innovations ludiques, un monde de contrastes où coexistent l'utopie et le sordide, le rêve et le cauchemar » (Augustin, 2001). Aussi, par rapport à la question guidant cette partie, de savoir à quel lieu touristique peut correspondre Los Angeles, si la présence des trois composants de base (hébergement – population résidente – fonctions urbaines diversifiées) qui permettent de définir la « ville touristique » (MIT 2002, MIT 2005) ne laisse aucun doute à un niveau de synthèse élevé, une analyse de la configuration des éléments en vigueur tend à indiquer que cette situation constitue un écart important par rapport au « modèle de ville touristique » habituellement admis. Pour prolonger la discussion, il me semble nécessaire d'interroger les logiques de mise en tourisme de Los Angeles.

3.2.3. La mise en tourisme de Los Angeles

Je voudrais reprendre ici l'hypothèse que j'ai déjà pu formuler (Lucas, 2011) selon laquelle, contrairement à ce qui a pu se passer pour la plupart des villes et des métropoles, cette agglomération n'a pas été investie par le tourisme mais a été co-constituée dès son origine (contemporaine) par et pour la récréation. Cette proposition remet en question la position de certains auteurs qui, s'ils font bien remonter la mise en tourisme de la côte californienne aux années 1850 en relevant la mise en place des *health resorts* à partir des années 1870, arrivent à la conclusion que « le tourisme n'est ni l'activité à l'origine de l'urbanisation, ni l'activité dominante actuellement » (Stock et al., 2003, p.96). Comme cela a été avancé lors de la première partie de ce chapitre, l'aire urbaine de Los Angeles que l'on connaît actuellement est le résultat de la croissance d'une multitude de localités ayant fini par former une seule agglomération, en termes de continuité du bâti (Ghorra-Gobin, 1997). L'hypothèse que je soutiens ici est que la croissance de certaines de ces localités à l'origine de l'aire urbaine a des fondements touristiques, et que ces lieux sont habités touristiquement dès « l'origine », à la fin du XIX^e siècle. Car si la présence du tourisme dans la croissance urbaine de Los Angeles n'est pas ignorée de ceux qui ont fait des recherches sur cette aire urbaine, son rôle semble minimisé et cet aspect ne bénéficie que de courtes citations : « how is this first burst of growth explained ? Agricultural production plays a prominent role. (...) Also significant were the sunny climate and the wondrous combination of beaches, mountains, and deserts that would attract health-seekers, retirees, vacationers, and « tourists » (a word some claim originated in its present usage in Southern California) from the great midwestern flatlands » (Soja, 2000, p.124). C'est d'une certaine manière la logique que voulait synthétiser l'originale expression *fashionable resort region* (Soane, 1993), utilisée pour qualifier Los Angeles, mais aussi Nice et Bournemouth. De par les dimensions envisagées, il n'est pas ridicule d'avancer que c'est toute une région qui a été « à la mode » au début du XX^e siècle.

En 1900, Hollywood est une localité de 400 résidents située à une douzaine de kilomètres de Downtown Los Angeles (qui correspond à cette époque à la municipalité de Los Angeles et approche les 100 000 résidents). Deux heures sont alors nécessaires pour faire le trajet en tramway. Le premier hôtel est construit dès 1902 par le promoteur immobilier Hobart Whitley dans le but de loger les potentiels acheteurs de terrain (il sera rapidement investi par les premières stars de cinéma) ; le Hollywood Hotel, d'une capacité de 150 chambres, dispose de toutes les

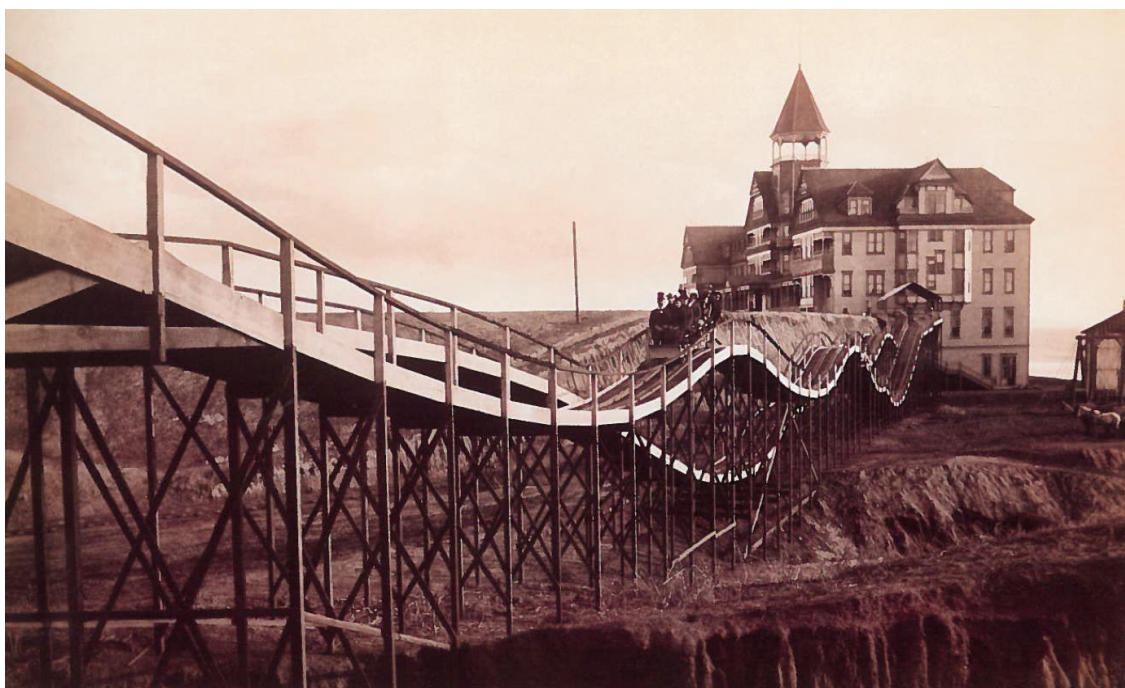
commodités modernes et de salles de bal et de réception pouvant accueillir 300 personnes (Wallach et al., 2008, p. 110). L'hôtel fonctionne, au même titre que de nombreux autres à ce moment-là, comme un comptoir, une hétérotopie, c'est-à-dire de manière singulièrement différente par rapport à son environnement : « les hôtels touristiques donnent une curieuse connotation de sophistication urbaine à nombre de zones rurales de l'extérieur de Los Angeles » (McWilliams, 1980, p. 143). Comme dans de nombreuses situations (cf. Stock et Lucas, 2012), la dynamique touristique implique un transfert d'urbanité avec la construction de bâtiments à la monumentalité certaine, la mise en place d'infrastructures et de services urbains à la pointe de la modernité de l'époque : « in Southern California, even if the hostelries there would eventually be surrounded by magnificent grounds, the particular intimacy of the smaller hotel or rented pension was never a practical proposition. Because of the enormous distances involved between the places of origin and destination of visitors, travel facilities were more organized by professional tour operators from an early date and necessitated the construction of large, purpose-built establishments - each complete with its own transportation service and usually situated in the near vicinity of railway stations. Not every visit to the American Far West was able, of course, to stay at such opulent places. Nevertheless, a steadily rising stream of well-to-do winter visitors to Southern California after 1880 - reaching 60,000 a year by 1901 - enabled a fair number of these luxurious hotels to be built (McWilliams, 1973, p.130). » (Soane, 1993, p.68).

On retrouve une dynamique similaire à Pasadena – qui se trouve également à une dizaine de kilomètres, mais à l'est, de Los Angeles : des hôtels sont construits dès 1880, afin de loger la clientèle aisée et les malades de la tuberculose arrivant l'hiver de la côte est pour échapper au froid et à la neige et profiter du climat doux et du paysage de montagne. Cette pratique semble à ce point important dans le fonctionnement du lieu à cette époque que « l'exacte localisation de Pasadena a été déterminée par le facteur santé » (Baur, 1959). Ce phénomène concerne plus largement l'ensemble de la Californie du Sud, et l'on parle même d'un *health rush* entre 1870 et 1920, venant faire écho au gold rush qu'a connu, avec San Francisco comme centre névralgique, la Californie du Nord : « avec les touristes d'hiver se déversant par milliers en Californie du Sud – 60 000 en 1901, 30 000 en 1902, 47 000 en 1903 –, l'industrie de la construction commence à exploser. Des blocs d'appartements pour quatre familles furent construits pour le séjour des touristes d'hiver. De 50 395 résidents en 1890, la population de Los Angeles augmenta jusqu'à atteindre 102 479 résidents en 1900, et jusqu'à 319 198 en 1910 » (McWilliams, 1980, p. 130). Ces deux exemples sont des indices d'une dynamique touristique contribuant à la formation de l'aire urbaine. Cette dernière se serait formée, non seulement à partir du développement de lieux habités par les touristes, mais plus précisément par cette pratique touristique. Cela s'inscrivait par ailleurs dans une logique plus générale de résidentialisation, de nombreux touristes revenaient ensuite l'année suivante pour s'installer cette fois-ci définitivement (Phillips, 2008).

Une autre situation illustre particulièrement les logiques à l'œuvre et vient appuyer l'idée de l'importance de la dimension touristique dans l'expansion urbaine de Los Angeles au moins jusque dans les années 1930 : il s'agit de ce que l'on peut nommer l'« ensemble » Santa Monica/Venice Beach. Situé sur le littoral pacifique à une trentaine de kilomètres de Downtown Los Angeles, il est relié à cette municipalité par un tramway dès les années 1870. La pratique récréative de la plage à cet endroit aurait été initiée à partir de 1880 et le premier hôtel, le Santa Monica Hotel, est construit en 1885 (Stanton, 1987). Détruit deux ans plus tard par un incendie,

il est remplacé la même année par l’Arcadia Hôtel, un établissement de 125 chambres, bâti en bord de plage. 2 000 à 3 000 personnes fréquentent alors Santa Monica les jours de fin de semaine, avec des pointes allant jusqu’à 12 000 visiteurs pour certains événements ponctuels. La Southern Company, entreprise de chemin de fer, aurait recensé 200 000 visiteurs en 1889, des milliers d’autres accédants certainement à ce lieu par leurs propres moyens (Stanton, 1987). Pour tirer profit de ce succès, un complexe aquatique d’eau chaude salée, comprenant également des restaurants, des salles de bowling et de danse, est ouvert en 1894, parallèlement à la mise en place d’une promenade. Santa Monica fonctionne déjà étroitement avec Los Angeles puisque, outre la fréquentation du lieu par les Angelinos, elle est en 1890 la candidate finalement malheureuse pour accueillir le port de Los Angeles, profitant de l’occasion pour construire une jetée dont la taille permet d’accueillir un train. Une des caractéristiques principales de ce lieu est en effet la présence simultanée et parallèle de nombreux *piers* – on en aurait recensé jusqu’à sept (Heimann et Starr, 2009, p. 227) à cette époque –, ces jetées en bois s’enflammant aussi rapidement qu’elles étaient (re)construites. On retrouve cette infrastructure du pier également à Venice Beach, située au sud de manière adjacente à Santa Monica : il est construit par Abbot Kinney, précisément pour rivaliser avec ceux de Santa Monica (Stanton, 1987). Sous l’impulsion du promoteur, l’espace, jusqu’alors inoccupé, se transforme radicalement avec l’ambition – explicitement affichée par le nouveau toponyme – d’imiter Venise et de devenir ainsi la “Venice of America”. Pour réaliser cet objectif, Kinney fait creuser un réseau de canaux autour duquel il construit un lotissement résidentiel, dont le code architectural devait imiter le style vénitien, l’utilisation de barques et gondoles, nécessaires pour la circulation, renforçant la mise en scène du lieu. Ces aménagements spectaculaires s’accompagnent donc de l’installation de *piers*, de restaurants et de salles de danse. Le succès de Venice est immédiat et participe d’ailleurs du déclin de Santa Monica : vers 1900, plusieurs dizaines de milliers de visiteurs – jusqu’à 100 000 – arrivent alors chaque week-end, par le tramway (Stanton, 1987). Le déclin touristique et le changement d’orientation du lieu débiteront avec le décès d’Abbot Kinney en 1920, qui fut suivi de l’annexion politique par la ville de Los Angeles (dont un des résultats est le remblayage des canaux au profit de routes), de la découverte et l’exploitation d’un champ de pétrole et de la croissance démographique.

Illustration n°25 :
L’Arcadia hôtel et ses « montagnes russes » en 1888



Source : Heimann et Starr, 2009, p.49

Illustration n°26 :
Alderaban Canal en 1912



Source : Alexander et Mercer, 2009, p.53

Illustration n°27 :
L'installation d'un palmier entre 5th Street et de Central Avenue en 1889



Source : Heimann et Starr, 2009, p.41

Illustration n°28 :
Un jour d'affluence à Santa Monica/Venice Beach en 1922



Source : Heimann et Starr, 2009, p.146

Il est possible de faire un pas supplémentaire dans cette direction en soutenant l'hypothèse qu'au-delà de ces dynamiques touristiques locales, il y a eu une volonté d'aménager – au moins jusque dans les années 1930 – l'ensemble de cette région de façon à répondre à des considérations récréatives : « entre les décennies 1890 et 1920, la chambre de commerce (créée en 1888 par Otis) et le LA Times ont mené une campagne nationale pour promouvoir une fois de plus les charmes de la ville. Los Angeles ne ressemblait pas au monde affairiste de New York et de Chicago, mais se présentait comme un cadre de vie plaisant, en raison du climat, de la beauté de ses paysages et des modes de vie » (Ghorra-Gobin, 1997, p.47). Il y a ainsi eu précocement une volonté de « mettre en scène » l'espace, dont le marqueur le plus symbolique tout autant que l'outil le plus efficace semble être le palmier (illustration n°27) : « l'un des grands symboles de la Californie du Sud, le palmier, n'est pas natif de la région, mais il y a été importé pour lui donner une allure tropicale ». Cette démarche traduit bien l'objectif des acteurs de l'époque, très rapidement, dès la fin du XIXe siècle, de ne pas se « contenter » des caractéristiques biophysiques et paysagères locales, mais d'en accentuer les traits afin de construire l'image d'un lieu exotique. L'ambitieux rapport « Parks, Playgrounds and Beaches in the Los Angeles Region » réalisé en 1930 par Olmsted et Bartholomew pour la chambre des commerces de Los Angeles afin de proposer des éléments d'aménagement du territoire d'envergure, à partir du développement de ce type d'espace, tend à prouver que cette optique était encore d'actualité jusqu'à cette période (Hise et Deverell, 2000) ; son abandon atteste néanmoins que cette année correspond à un basculement de perspective, opère la transition avec un processus qui s'est développé tout au long de la décennie précédente et qui mettra au second plan la mise en scène récréative de Los Angeles : c'est sous cet aspect que l'on a pu en faire un « Eden by design » (Hise & Deverell, 2000).

3.2.4. Los Angeles ou l'hypothèse de la métropole touristique

A quel type de lieu touristique correspond finalement Los Angeles ? A un haut niveau de synthèse, la réponse la plus évidente à cette question serait celle de la « ville touristique » (voire « métropole touristique » si l'on accepte la proposition formulée dans le chapitre 1) : Los Angeles possède les trois critères de base proposés dans la typologie de l'Equipe MIT (exposés dans le chapitre 1) pour être définie de la sorte. Cependant, on constate un double hiatus si l'on travaille à un autre niveau, en envisageant l'organisation de l'espace touristique de l'agglomération et les modalités de sa mise en tourisme. En effet, généralement, l'espace touristique d'une métropole correspond à son centre-ville. Or, cela ne semble pas être le cas ici. Ensuite, une « ville touristique » a aussi pu être définie comme un lieu investi et divertissant par le tourisme. Or, un faisceau d'indices nous laisse supposer que l'aire urbaine de Los Angeles s'est notamment formée à partir de lieux dédiés à la récréation des individus. L'hypothèse d'une urbanisation de l'agglomération fondée sur des logiques de récréation dès la fin du XIXe siècle est plausible ; la croissance, due à leur succès, des lieux touristiques aurait participé de la constitution de l'aire urbaine : « le premier recensement précis du nombre de touristes date de 1928, quand le flux était estimé à 658 594, soit une augmentation de 400 000 par rapport à 1920. [...] En 1941, le flux des touristes d'été était estimé à 1 147 250 personnes, le flux d'hiver à 722 364 » (McWilliams, 1980, p. 137). Cette hypothèse induirait que cette aire n'ait pas été investie et

divertie mais co-constituée par le tourisme : « de 1900 à 1920, Los Angeles était essentiellement une ville touristique » (McWilliams, 1980, p. 132). Ainsi, par ces deux aspects, Los Angeles ne correspond pas vraiment avec la définition de la « ville touristique ». Quel autre terme peut-on alors utiliser pour définir cette agglomération en tant que lieu touristique ?

Une solution possible serait de qualifier Los Angeles du terme *ville-station*, qui désigne un « lieu urbain investi et divertie par le tourisme à ses marges, aboutissant à la juxtaposition d'un quartier touristique de type station (créé par et pour le tourisme) à un noyau ancien avec une agglomération déjà en place » (Stock et al., 2003). On peut en effet considérer que la ville de Los Angeles (1900) est devenue une aire urbaine du fait de sa jonction avec des lieux créés par et pour le tourisme. La limite à cette analyse est qu'il semble y avoir plusieurs « quartiers touristiques » à Los Angeles et non un seul. De plus, dans le cas de Los Angeles, on peut estimer que les lieux touristiques n'ont pas été à la marge, mais bien au cœur du processus d'urbanisation : si l'on accepte cette hypothèse, c'est leur croissance, due à leur succès (l'illustration n°28 atteste de l'incroyable affluence qu'il a pu y avoir certains jours sur les plages), qui a participé de la formation de l'aire urbaine. Une autre hypothèse serait de la qualifier de *conurbation touristique* : cette expression sert à caractériser un « ensemble urbain de grande taille marqué par le tourisme, de forme linéaire, composé d'unités distinctes de tailles différentes, unies par des développements résidentiels et touristiques » (MIT 2005, p.339). Cette perspective est réellement intéressante : elle a l'avantage de décrire différentes situations à travers le monde (Côte d'Azur, Gold Coast Floride Orientale, Côte sud de l'Angleterre, côte belge) mais elle occulte quelque peu, de mon point de vue, le fait que tout n'est pas touristique à Los Angeles, loin de là, mais seulement quelques nodalités¹¹⁸.

Par rapport à cette difficulté, j'ai avancé de mon côté une alternative (Lucas, 2011) en proposant de reprendre le concept de métropole proposé par François Ascher (1995) et de qualifier Los Angeles de *métropole touristique*. Quel en est l'intérêt ? La thèse centrale de l'auteur est de défendre l'idée que la notion de métropole n'est plus opérante pour qualifier les agglomérations contemporaines car elle renvoie trop à l'idée de la grande ville, d'une ville qui englobe sa région. Or, la métropolisation n'est pas qu'un changement de taille, c'est également un changement d'organisation, et on peut faire l'hypothèse que le fonctionnement de ce type de lieu est différent de celui d'une « ville », même « grande ». Face à ce problème, il propose le concept de métropole (dont l'origine étymologique, meta-polis, évoque un « au-delà de la ville ») pour désigner l'ensemble des espaces des pratiques des individus intégrés dans le fonctionnement quotidien d'une métropole (Ascher, 1995). Cela doit donc rendre compte « non seulement de l'évolution des très grandes agglomérations, de plusieurs centaines de milliers voire de millions d'habitants, mais aussi des aires urbaines plus petites, ou encore des réseaux de villes proches, qui présentent également ces caractéristiques morphologiques et fonctionnelles d'étalement, de discontinuité, d'hétérogénéité et de multipolarité » (Ascher, 2003, p.614)¹¹⁹. Par rapport au concept de conurbation – qui exprime une idée de juxtaposition –, celui de métropole traduit mieux le fait qu'il existe une interrelation entre les lieux : ils fonctionnent étroitement ensemble selon une

¹¹⁸ Les auteurs ne sont d'ailleurs pas certains par rapport à l'intégration de Los Angeles dans cette catégorie en utilisant un prudent « éventuellement » (ibid.)

¹¹⁹ La limite d'une telle formulation est, de mon point de vue, de mettre les très grandes agglomérations au même niveau que des aires urbaines plus petites. Or, la masse d'une agglomération a toujours une importance.

logique, peut-être pas une cohérence, mais forment un système. Pour utiliser un vocabulaire du marketing, cela correspond à une « destination », ce qui me semble moins être le cas pour une conurbation. On entrevoit ici le lien qui peut être tissé avec la situation de Los Angeles : ces caractéristiques ("étalé", "discontinu" et "multipolaire") de l'espace des pratiques touristiques, telles qu'on peut les saisir a priori, autorisent la transposition du néologisme de François Ascher. Par extension, la "métropole touristique" pourrait correspondre à une *aire urbaine historiquement co-constituée par le tourisme et dans laquelle l'espace des pratiques touristiques est organisé en nodalités* (Lucas, 2011).

3.2.5. Conclusion

L'objectif de cette seconde partie était d'apporter quelques éléments de présentation de la dimension touristique de Los Angeles. Que pouvons-nous alors retenir de cette discussion ? Historiquement et contemporanément, la dimension touristique semble être un élément important pour l'agglomération : les premières logiques d'urbanisation de ce qui était un espace rural jusqu'alors sont consubstantielles à la mise en tourisme. Près de 17 millions de personnes viennent chaque année à Los Angeles avec une perspective récréative : même si cela n'en fait pas un des lieux les plus touristiques du monde, c'est loin d'être négligeable, et peu de lieux atteignent ce chiffre. Par rapport à l'effervescence touristique qui a pu exister dans le passé, on peut estimer que la touristicité absolue de Los Angeles a considérablement augmenté, dans le même temps que sa touristicité relative a largement baissé : les logiques touristiques ne semblent pas être aujourd'hui aussi importantes qu'au début du XXe siècle dans la croissance urbaine. De même, on pourrait s'étonner du relativement faible nombre de visiteurs, compte tenu du capital « symbolique » et « réputationnel » (Clivaz et al., 2011 ; Darbellay et al., 2012) considérable de cette métropole à l'échelle mondiale. Cela d'autant plus que les visiteurs de Los Angeles résident en grande partie aux Etats-Unis voire même dans l'ouest américain, ce qui sous-entend une fréquentation fortement « régionale » (la visite à des proches étant la raison principale du séjour pour une large proportion d'entre eux). Il s'agit là d'une caractéristique importante, dont il faut tenir compte et qui a nécessairement des conséquences sur le fonctionnement touristique de l'agglomération. Parallèlement à ce constat, différents indices renforcent la présomption que l'espace touristique de Los Angeles n'est a priori ni limité ni même important dans son « centre-ville ». A Los Angeles, les premiers éléments de réflexion tendent à montrer d'une part, que les touristes ne vont majoritairement pas au centre-ville (downtown), et d'autre part, que les lieux qu'ils pratiquent sont dispersés, éclatés à différents endroits de l'agglomération : il y a une discontinuité prononcée, une « rupture forte » par rapport à la localisation des différents lieux touristiques. Los Angeles diffère en cela du modèle de la « métropole touristique » évoqué dans le chapitre 1 avec un espace des pratiques touristiques compact correspondant au centre-ville. C'est pour prendre acte de cette différence (ainsi que du rôle de la dimension récréative dans le développement urbain de cet espace), que nous avons proposé de qualifier cette aire urbaine de *métropole touristique*. Etablir ce postulat autorise et légitime l'une des questions principales de cette recherche : comment les touristes font-ils avec cette situation particulière ? Comment les touristes habitent-ils Los Angeles ?

3.3 Conclusion

Si l'on s'en tient à une stricte lecture statistique, l'urbanité absolue de Los Angeles est indéniablement l'une des plus élevée du monde, tandis que l'on peut estimer son urbanité relative comme étant forte par rapport au contexte américain, mais plutôt faible en comparaison des métropoles à l'échelle mondiale. Trois éléments particulièrement distinctifs confirment l'image que nous pouvions en avoir. Tout d'abord, l'agglomération de Los Angeles est marquée par un étalement considérable : la superficie de cette aire urbaine est l'une des plus importantes à travers le monde. Elle est bien à l'opposé du modèle de la métropole compacte de ce point de vue. L'écart est encore plus flagrant par rapport à la question de métriques : il y a une utilisation très largement dominante de l'automobile, et une grande partie des usagers des transports publics ne semblent pas le faire par choix mais plutôt par défaut, n'ayant pas les moyens de s'acheter une voiture. Cette dernière est au cœur de la façon de faire avec de l'espace de la part des angelinos, constituant un facteur très prégnant (notamment en terme d'infrastructures) par rapport à la configuration spatiale de l'aire urbaine. Enfin, et sans aller jusqu'à reprendre l'idée largement répandue « qu'il n'y a pas de centre à Los Angeles », il est possible de soutenir que « Downtown Los Angeles » a une importance autrement moindre que peuvent avoir Manhattan, « Paris intra-muros » ou la plupart des villes-centre des métropoles – qui sont dans une situation de *macrocéphalie* – dans le fonctionnement de l'aire urbaine. S'il possède un rôle symbolique et économique fort (c'est le CBD de l'agglomération), il ne se distingue pas de façon cruciale avec les autres nodalités de l'agglomération, notamment par rapport à l'entrée de l'espace en tant qu'il est habité : il n'y a pas une dynamique centripète évidente et unique avec Downtown. Cause, conséquence et révélateur de cette situation, il est possible d'avancer l'hypothèse que Los Angeles dispose de quelques spécificités en tant que lieu touristique par rapport aux autres métropoles : dans sa mise en tourisme et, de façon plus sensible par rapport à nos préoccupations, dans le fonctionnement de l'espace touristique (sur lequel nous aurons l'occasion de revenir longuement et d'apporter des perspectives complémentaires dans les chapitres portant sur l'investigation empirique). L'espace touristique ne correspond apparemment pas à Downtown, mais serait plutôt composé par quelques nodalités principales (relativement) dispersées au sein de l'agglomération. On peut de ce point de vue défendre l'idée que cette configuration, qu'il est envisageable de considérer comme un « exceptionnel normal » (Grendi, 1977), offre l'avantage d'exacerber les épreuves spatiales et d'être ainsi plus propice à révéler les manières de faire avec de l'espace des individus qu'une situation urbaine compacte aux transports publics prépondérants. Le chapitre suivant permet d'expliquer quelle procédure d'enquête a été mise en place pour étudier cette question.

Protocole de recherche pour travailler sur les manières d'habiter touristiquement une métropole

L'objectif de cette recherche est donc de comprendre tout à la fois quelles sont les manières – en tant qu'elles sont informées par des compétences – de faire avec de l'espace – que l'on peut envisager comme un assemblage d'épreuves – de la part des touristes à Los Angeles, et comment ces pratiques interviennent dans l'urbanité de ce lieu. La question qui se pose alors est de savoir par quels moyens investir ces deux axes de recherche. Quelle stratégie d'enquête, quelles techniques utiliser pour répondre à ces objectifs ? Les pages suivantes vont servir à exposer le protocole de recherche mis en place pour apporter des éléments de réponse à ces questions. Les prochaines pages permettent ainsi de justifier pourquoi et comment les manières de faire avec de l'espace des touristes ont été principalement envisagées à partir des discours produits par ces derniers sur cette question mais également par des observations, afin de récolter ainsi ce que l'on pourrait nommer des *traces* au sens où Bruno Latour (2006) peut entendre ce terme : « le social ne peut être saisi que par des traces qu'il laisse (au cours d'épreuves) lorsqu'une nouvelle association se crée entre des éléments qui ne sont aucunement "sociaux" par eux-mêmes » (Latour, 2006, p.17). Les traces peuvent être envisagées comme les indices toujours plus ou moins indirects et plus ou moins véridiques (il peut y avoir des « fausses pistes ») que laissent les acteurs lors de leurs passages sur le théâtre social : « il nous faut suivre les acteurs eux-mêmes. Ce qui revient à documenter leurs innovations souvent sauvages, afin qu'ils nous apprennent ce que l'existence collective est devenue entre leurs mains, quelles méthodes ils ont élaborées pour la maintenir, et quels récits sont les plus adaptés pour rendre compte des nouvelles associations qu'ils ont été obligés d'établir ». (Latour, 2006, p.22). Remarquons ici d'ailleurs que l'habiter touristique peut être, d'un certain point de vue, considéré comme une « innovation » à l'échelle de l'individu¹²⁰ en ce sens que, l'individu ne connaissant pas le lieu, il doit s'adapter et effectuer quelque chose qu'il n'a jamais vraiment fait (même s'il a effectué des pratiques qui pouvaient y ressembler de manière importante), réaliser quelque chose de nouveau. Trois techniques d'enquête ont été mobilisées pour restituer ces traces : des entretiens avec les touristes, l'observation in situ des pratiques et des lieux, et une analyse des textes et discours informant les pratiques. Ce chapitre sert à expliciter tout à la fois leur pertinence, leur articulation, et leur mobilisation dans la partie empirique.

¹²⁰ D'où l'intérêt, selon lui, de se focaliser sur les controverses, dans la mesure où ces dernières « laissent beaucoup plus de traces dans leur sillage que des connexions déjà établies qui, par définition, restent muettes en invisibles. Si un groupement donné est simplement donné, alors il est muet et on ne peut rien en dire, il n'engendre aucune trace et ne produit par conséquent aucune information. S'il devient visible, c'est parce qu'on est en train de le constituer ou de le démanteler. Les données nouvelles et intéressantes vont alors proliférer ». (Latour, 2006, p.46)

4.1. Les prescripteurs de pratiques

Commençons ainsi, pour faire un lien avec le chapitre précédent et apporter des éléments complémentaires sur la dimension touristique de Los Angeles, cette présentation du protocole de recherche par le volet concernant la prise en compte des instances participant de la réalisation des pratiques touristiques. L'objectif est d'aborder les manières de faire par ce qui les informent, dans les deux sens du terme, celui d'avoir des renseignements mais aussi celui de participer à une certaine forme de détermination, en tout cas de suggestion plus ou moins puissante. On tente ainsi d'envisager les pratiques des touristes en amont et de comprendre comment elles sont construites, éventuellement de façon contraire, en réaction à ce qui est proposé par les institutions. Pour cela, le point de vue de deux types d'opérateurs différents a été envisagé : celui provenant des guides « imprimés » et celui résultant des *Convention and Visitors Bureau* (les offices du tourisme). Il s'agit de considérer deux des principaux opérateurs intervenant (à des niveaux différents) dans la mise en tourisme de Los Angeles, afin d'appréhender les discours soutenant sa promotion touristique. Ces opérateurs proposent en effet chacun une description du lieu et interviennent ce faisant dans la co-constitution et la réactualisation permanente de son image, de sa visibilité. En les envisageant, on intègre alors à la réflexion la mise en récit de l'espace urbain, en se focalisant essentiellement ici sur la façon dont les différentes épreuves spatiales sont considérées, ces discours devant être envisagés comme autant de recommandations pour les individus sur la façon de traiter ces dernières.

4.1.1. Les promoteurs touristiques

Débuter la description du dispositif méthodologique par cet aspect a l'avantage de le restituer en respectant son ordre chronologique puisque le premier terrain (séjour n°3) a été consacré à appréhender les *Convention and Visitors Bureau* (CVB), avec l'idée de préparer les terrains suivants, destinés à enquêter sur les touristes, en s'appuyant sur ces personnes ressources¹²¹. L'utilité d'une telle prise en compte dans cette enquête tient au fait que ces opérateurs sont en première ligne par rapport à la promotion touristique d'une destination : ils sont à l'origine du discours qui alimente ce que l'on peut nommer le *capital réputationnel* du lieu et qui informe les pratiques des touristes.

L'un des éléments particulièrement importants à retenir par rapport au cas de Los Angeles est que, parmi les 88 municipalités faisant partie du Comté de Los Angeles (cf. chapitre 3), seule une dizaine dispose d'un CVB¹²² : West Hollywood, Santa Monica, San Fernando Valley, Pasadena, Marina del Rey, Los Angeles, Long Beach, Catalina Island, Beverly Hills (illustration n°29). Cette présence est un renseignement supplémentaire sur la touristicité *a priori* de Los Angeles : c'est un indice particulièrement important sur l'investissement qu'une municipalité souhaite engager dans la mise en tourisme. On peut établir le postulat que ce sont les municipalités qui accueillent le

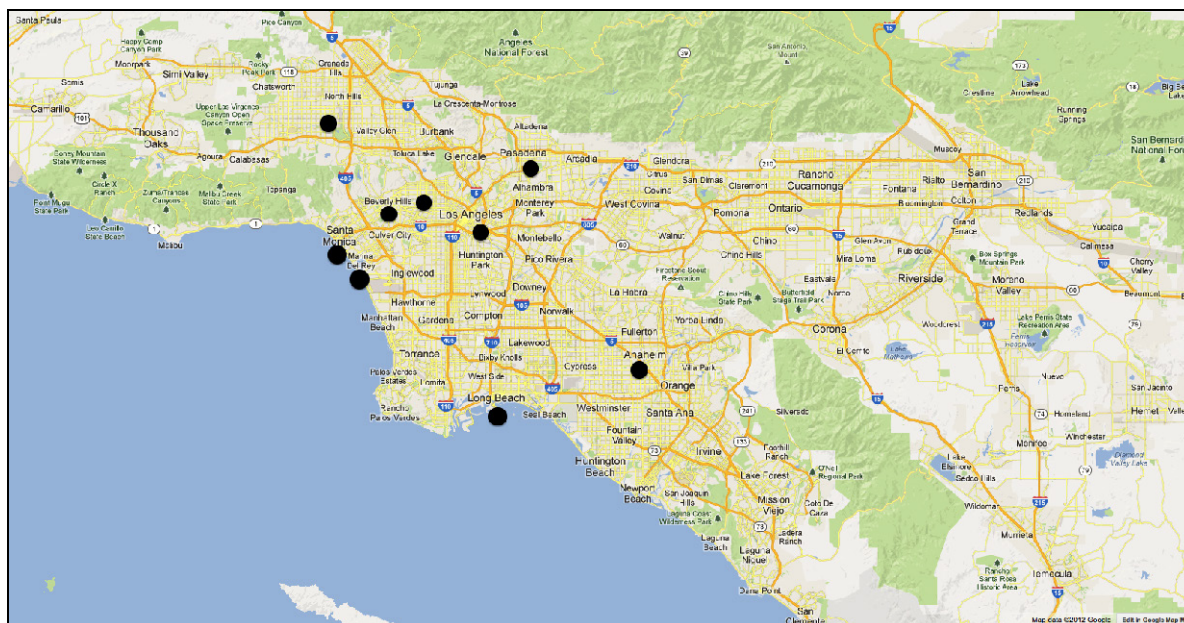
¹²¹ Ce qui n'a finalement pas été possible, aucune des personnes (qui ont pourtant accepté avec enthousiasme pour la plupart un entretien) consultées durant ce terrain ne daignant répondre à mes diverses relances.

¹²² http://lacounty.gov/wps/portal/lut/p/b0/04_Sj9CPyKssy0xPLMnMz0vMAfGjzOIrDCDAyMInxNjAyCfQ0i80wNHA3dRcvyDbUREA-uUuRw!!/

plus de touristes qui font l'effort financier nécessaire pour se doter d'un CVB afin de développer cette dimension, la rendre plus lucrative. Cela ne signifie pas qu'il n'y ait pas de touristes ailleurs, dans d'autres municipalités, mais que, très probablement, les municipalités ainsi listées disposent des principaux lieux touristiques.

Cette consultation s'est effectuée sous la forme d'entretiens avec certains des représentants du pôle stratégique des principales institutions ayant un rapport direct avec le développement du tourisme : **Bob Thibault**, vice-président du département Marketing du LA INC, **Kathryn Smits**, directrice exécutive du Beverly Hills CVB, **Hanna Schnell** et **Loren** respectivement manager et directrice du Santa Monica CVB, **Bill Hynes** le vice-président exécutif du West Hollywood CVB, **Ann Gallagher**, vice-présidente et responsable du pôle développement du Orange County CVB, **Devin Strecker** directeur de communication du Hollywood Entertainment District, **Janet Zaldua**, directrice du Pasadena CVB, **Edgar Garcia**, preservation planner du bureau des ressources historiques du Los Angeles Department of City Planning, **John Kehe** planning manager de West Hollywood. J'ai également, mais cela relève plus de l'anecdote car cela a été trop succinct, eu l'opportunité de m'entretenir avec **Tom LaBonge**, city council¹²³ du district d'Hollywood.

Illustration n°29 : Localisation des *Convention and Visitors Bureau* à Los Angeles



Nous abordons là finalement, bien que de façon relativement sommaire¹²⁴, la dimension politique de ce que je propose d'appeler la *gouvernance touristique métropolitaine*. Si l'on reprend la définition à haut niveau de synthèse du terme gouvernance proposée par Patrick le Galès en la transposant à la dimension touristique, cela pourrait correspondre à « l'ensemble des

¹²³ L'équivalent d'un maire d'un arrondissement parisien

¹²⁴ Il faudrait en effet prendre en compte les acteurs privés de la dimension économique, tout aussi sinon plus importants encore que les acteurs publics dans le contexte américain, pour avoir une vision déjà un peu plus approfondie.

arrangements formels et informels entre acteurs privés et publics à partir desquels sont pris et mis en œuvre les décisions » dans la mise en tourisme. On constate ainsi à nouveau ici combien le cas de Los Angeles est particulièrement porteur si l'on souhaite travailler sur le jeu des opérateurs institutionnels : c'est une agglomération qui, de par sa structuration politique, nous oblige à penser la dimension touristique à l'échelle métropolitaine. Alors que pour la plupart des métropoles, l'espace principal des pratiques touristiques correspond au centre-ville historique, ce qui pourrait inciter à ne s'intéresser qu'à une seule municipalité, la configuration de l'espace, le découpage administratif de Los Angeles, imposent une réflexion sur l'aire métropolitaine et donc sur la multiplicité des acteurs institutionnels. Cela permet notamment de comprendre les rapports de force pouvant exister entre les différents protagonistes responsables de la mise en tourisme. C'est là l'un des apports (je me permets d'en dire un mot ici, puisque cela ne sera pas développé par la suite) de ces différentes consultations, que d'avoir autorisé une première compréhension du contexte politique dirigeant la dimension touristique de Los Angeles à travers les discours des interlocuteurs des différents CVB le décrivant. Il ressort ainsi que la configuration de ces acteurs peut se découper en trois types de logiques : l'une que l'on pourrait qualifier **logique d'assimilation** et qui serait tenue par le LA INC, mon interlocuteur soutenant dans ses propos l'idée que le rayon d'action de LA INC était l'échelle du comté, qu'ils développaient une vision englobante à ce niveau-là et que les véritables concurrents étaient les CVB d'autres comtés ; la deuxième qui pourrait correspondre à une **logique de distinction** défendue par les CVB des petites municipalités du Westside (Beverly Hills, West Hollywood, Santa Monica et Marina del Rey)¹²⁵ : tout ou presque dans leur discours dénote une volonté de se distinguer de Los Angeles. Ils insistent ainsi par exemple sur le caractère petit et restreint (épreuve scalaire) de leur municipalité par rapport à l'ensemble de l'agglomération. Ils mettent aussi l'accent sur le caractère pédestre (problème des métriques) de leur municipalité pour se positionner en opposition à Los Angeles où il n'y aurait que la voiture, les responsables du CVB de Santa Monica défendant même l'hypothèse d'une culture différente entre Santa Monica et Los Angeles. La troisième tendance serait la **logique de « dépendance »** subie par Pasadena que l'on pouvait déceler à travers le discours de la directrice de l'office du tourisme qui essayait sans véritable succès d'établir des partenariats plus solides avec la municipalité de Los Angeles. Les premiers éléments tendent donc à indiquer que la grande fragmentation institutionnelle et la multiplicité des acteurs se concrétise par une faible coordination des actions politiques dans le développement du tourisme à Los Angeles. La gouvernance touristique semble de ce fait fragmentée à l'échelle métropolitaine, dans la mesure où les principales municipalités envisagées disent développer des logiques de distinction, avec des perspectives très locales¹²⁶, ne favorisant pas un traitement du problème dans son ensemble.

Nous reviendrons ainsi précisément sur les propos de ces interlocuteurs dans les chapitres relevant des différentes épreuves spatiales concernées. L'objectif de ces entretiens était de comprendre comment ces promoteurs locaux participaient de la mise en tourisme des lieux et quels étaient leurs points de vue sur les pratiques touristiques. C'est en ce sens que je les

¹²⁵ Ces quatre municipalités mutualisant leurs efforts notamment au sein d'une chambre des commerces commune.

¹²⁶ Le véritable objectif des CVB, et notamment de ceux des petites municipalités du Westside, est d'avoir le taux d'occupation le plus important possible des hôtels de la municipalité dont ils sont chargés de la promotion (le financement de ces CVB étant réalisé pour partie par un pourcentage sur la *Transient Occupancy Tax* – près de 12% du prix de la chambre).

mobiliserai dans les prochains chapitres, pour montrer la façon dont sont abordées les épreuves spatiales dans le discours de ces opérateurs.

4.1.2. Les guides imprimés

Les guides imprimés¹²⁷ sont l'autre catégorie d'opérateurs pris en compte en tant qu'ils constituent des outils sur lesquels s'appuient les touristes pour visiter une métropole et donc pour mettre en place des manières de faire avec de l'espace. Par leur dépouillement, on peut en effet aborder ce qui s'apparente à de véritables prescriptions, ces documents indiquant de façon plus ou moins catégoriques ce qu'il convient de faire. Les guides représentent ainsi une ressource importante pour chaque individu afin d'acquérir des *cognitive skills* (à commencer par la question cruciale de savoir quels lieux d'une destination visiter) et des *behaviorial skills* (comment se comporter, s'habiller, etc.).

Pour cette recherche, l'argumentation repose principalement¹²⁸ sur l'examen de deux guides anglophones (ceux du Time Out et du Rough Guide) et un francophone (le guide du routard) : cette pluralité autorise ainsi d'envisager deux sphères linguistiques et culturelles différentes (on peut faire l'hypothèse que les publics auxquels ils sont destinés ont des goûts, des habitudes et des attentes différentes)¹²⁹. Cette distinction se reflète d'ailleurs par l'espace auquel font référence ces deux groupes de guide : il s'agit de Los Angeles pour les anglophones et de « Los Angeles et le sud de la Californie » pour le francophone. Il convient ainsi de remarquer qu'il y a non seulement très peu de guide disponible sur Los Angeles – comparativement à l'offre disponible pour New York par exemple (et à plus forte raison, on peut en faire l'hypothèse, pour le marché français) – mais plus encore, un certain nombre d'entre eux intègre la métropole au sein d'un espace touristique beaucoup plus vaste : celui de l'ouest californien. Cette particularité implique que le nombre de pages réservées à Los Angeles est relativement restreint pour une agglomération de cette taille. Ce découpage – nettement confirmé lors des entretiens réalisés sur place – nous renseigne ainsi en creux sur la façon dont les touristes (français en particulier et européens plus largement) envisagent Los Angeles comme lieu touristique : cette métropole ne constitue vraisemblablement pas une destination *en soi* pour une large majorité de (ces) touristes, mais une étape d'un circuit, étape rarement considérée comme la plus importante. Le caractère non prioritaire (et en même temps il s'agit d'un point de passage presque « obligé », en tout cas « évident » pour la plupart d'entre eux) de la découverte de Los Angeles a une conséquence : la durée du séjour prévu pour cette agglomération, dont on a eu une idée des dimensions impressionnantes lors du chapitre précédent, est souvent courte.

¹²⁷ J'utilise ici cette expression pour les différencier des « guides humains » ; ils ont de plus en plus numérisés et disponibles sur internet ou via des applications pour smartphone (le caractère imprimé tendant à perdre de son importance).

¹²⁸ Les versions numériques de guides ont pu également être utilisées, et notamment Tripadvisor, pour faire un écho à l'analyse des commentaires des touristes eux-mêmes.

¹²⁹ Il convient cependant de ne pas établir une distinction radicale sur ce point : les touristes francophones ont accès aux guides anglophones

Et si l'objectif n'est pas d'établir une comparaison entre les guides, les éventuelles distinctions dans leurs recommandations sur la façon de traiter les épreuves spatiales seront particulièrement importantes à souligner. Car le but principal est d'analyser les recommandations qu'ils donnent aux touristes vis-à-vis de ces épreuves, et d'apprécier le décalage que l'on peut constater par rapport aux pratiques effectives des touristes. Leur analyse intervient ainsi dans la première partie des chapitres, pour en faire des présentateurs des situations envisagées en analysant la façon dont ils abordent les différentes épreuves spatiales dégagées, et servir d'étalon par rapport aux manières de faire des touristes.

4.2. Les traces énoncées : les discours sur les manières de faire

Pour envisager les manières de faire avec de l'espace de la part des touristes, le principal volet de l'enquête repose sur des entretiens réalisés sur place. Mais dans quelle mesure peut-on s'appuyer sur des discours pour comprendre les manières de faire avec de l'espace ? L'une des réponses possibles à cette question est d'avancer que ces deux aspects ne vont pas l'un sans l'autre : on peut en tout cas comprendre ainsi la célèbre assertion de Wittgenstein lorsqu'il avance que « *les limites de mon langage* signifient les limites de mon propre monde » (Wittgenstein, 1961, p.86, souligné dans le texte). Dans une approche plus géographique, on peut alors défendre l'idée que c'est précisément « parce que les individus parlent et sémiotisent sans cesse (que) la spatialité en tant qu'expérience pratique de l'espace social par un opérateur est saisissable par les langages qui en constituent des instruments en même temps que des manifestations. Chaque acteur en agissant élabore une économie sémiotique : il produit et diffuse des énoncés, qui prennent des aspects fort variés. (...) La moindre analyse spatiale confronte le chercheur à une polyphonie énonciatrice résultant de l'inaltérable désir et besoin des individus d'émettre des messages » (Lussault, 2007, p.219). Le discours de ce point de vue est à considérer comme une trace produite par l'individu lui-même quant à ses manières de faire avec de l'espace. La réflexion s'appuie sur deux types de discours : ceux issus d'entretiens (menés très majoritairement à Los Angeles) et ceux collectés sur les forums de *Tripadvisor*.

4.2.1. L'entretien : faire se justifier les touristes

Pour comprendre les manières de faire des individus avec de l'espace, l'entretien a été la principale technique d'enquête utilisée pour cette recherche. Il s'agit là d'une méthode aujourd'hui classique, devenue même majoritaire en sciences sociales, au point de constituer pour certains la « nouvelle orthodoxie » (Crang, 2002). Pourquoi des entretiens et non des questionnaires, autre grand type d'enquête en sciences sociales, et notamment en sociologie ?

4.2.1.1. Les raisons de l'entretien

Les questionnaires, dont le but principal est d'envisager la population la plus importante possible, impliquent une réponse claire, généralement une croix, parfois un oui ou un non, éventuellement une phrase, mais dans ce cas toujours courte, le support ne permettant pas par définition le développement des réponses. Il s'agit là d'une limite inhérente au format de cette technique : « la superficialité des réponses (qui) ne permettent pas l'analyse de certains processus ou celles des conceptions idéologiques profondes. Dès lors, les résultats se présentent souvent comme de simples descriptions, dépourvues d'éléments de compréhension pénétrants » (Quivy & Campenhoudt, 2006, p.192). A travers les questionnaires, les individus se décrivent mais ne *s'expliquent* finalement pas quant à leurs décisions. Or, c'est précisément cette explication qu'il convient d'atteindre ici afin de comprendre, moins ce que font les touristes, mais les manières dont ils le font, et les arbitrages qu'ils effectuent pour cela. L'entretien permet à l'inverse d'appréhender le discours de justification des individus quant à leurs pratiques¹³⁰. C'est pour cela que l'on peut parler de traces « énoncées » : l'individu a la parole, et le chercheur se doit de l'écouter, d'entendre ce qu'il a à dire, et de prendre au sérieux son point de vue. Cette méthode « convient particulièrement pour l'analyse du sens que les acteurs donnent à leurs pratiques et aux événements auxquels ils sont confrontés : leurs systèmes de valeurs, leurs repères normatifs, leurs interprétations de situations conflictuelles ou non, leurs lectures de leurs propres expériences, etc. » (Quivy & Campenhoudt, 2006, p.196). Il est alors non seulement possible d'avoir une réponse sur les pratiques, mais également d'en demander la justification, la signification, pour envisager l'argumentation qui soutient ces actes, les logiques de raisonnement concernant ces choix, les hésitations qu'ils peuvent avoir par rapport à ces derniers, les tactiques qu'ils déploient, les jugements de valeurs qu'ils effectuent, les idéologies qui sont sous-jacentes à leurs pratiques. Les principaux avantages de l'entretien sont en effet d'une part « le degré de profondeur des éléments d'analyse recueillis » et d'autre part la possibilité « de récolter les témoignages et les interprétations des interlocuteurs en respectant leurs propres cadres de références » (Quivy & Campenhoudt, 2006, p.196).

C'est précisément afin de laisser aux individus la plus grande marge d'expression possible que les entretiens ont été semi-directifs : « moins l'entretien est directif et plus l'acteur participe à la production du sens, tant dans la forme, les associations d'idées, que dans le fond, le contenu du discours » (Juan, 1999, p.107). Le guide d'entretien sert alors de ce point de vue de fil conducteur : ce ne sont pas des questions fermées mais des formulations qui laissent une liberté de réponse certaine : le discours des individus peut ainsi apporter des renseignements que l'on ne soupçonnait pas *a priori*. Il s'agit ensuite de rebondir sur les paroles de l'individu, de lui demander d'explicitier son positionnement, d'approfondir son commentaire : pour chacune des questions, c'est en réalité le *pourquoi* qui suit les premières amorces de réponses des individus qui est le plus important. Les questions posées correspondent alors plutôt à des suggestions permettant de relancer le dialogue. Pour cette enquête, le guide d'entretien suivant a ainsi été élaboré puis utilisé

¹³⁰ Les individus tendent, à travers leurs discours, à donner une rationalité *a posteriori* à leurs actions ; un individu ne veut pas forcément admettre, qu'il n'a pas pu réaliser une pratique, qu'il a eu un « échec », que ce qu'ils ont fait n'est pas forcément ce qu'ils avaient prévu de faire, mais proposent un discours qui met en récit leurs pratiques de façon positive.

de manière à envisager les manières de faire avec de l'espace à Los Angeles de la part des touristes en abordant les différentes épreuves spatiales.

Guide d'entretien

Principales questions posées	Objectifs
1) Quel est le programme de votre séjour à Los Angeles ? Où êtes-vous allé / comptez-vous aller ? Quand ?	- Aborder l'épreuve du cheminement - Identifier les lieux des pratiques touristiques - Dégager l'espace touristique « effectif » de Los Angeles
2) Quelles pratiques effectuez-vous ? photos; plage ; musées; magasins; cinémas; bar/boite de nuit;	- Pour quelles pratiques touristiques Los Angeles est-il un lieu adéquat ? - A quoi cela correspond-il d'habiter touristiquement Los Angeles ?
3) Où êtes-vous hébergé à Los Angeles ? Est-ce une bonne situation ? Pourquoi avoir choisi cette localisation ?	- Envisager les stratégies et compétences mobilisées pour faire avec l'épreuve spatiale du placement à partir du choix de l'hôtel. - Faire émerger les éventuelles tactiques de gestion de la distance.
4) Comment vous déplacez-vous ? Pourquoi ? Est-ce difficile, un problème ? Vous déplacez-vous à pied ? Où ? Est-ce agréable ? utilisez-vous les transports en commun ?	- Comment les touristes font avec la distance et comment ils gèrent les différentes métriques disponibles. - L'organisation spatiale comme épreuve
5) Pourquoi visitez-vous Los Angeles ? Est-ce un bon lieu touristique ? Par rapport à votre lieu de résidence ? Par rapport à vos expériences précédentes ?	- L'agencement de l'espace est-il en adéquation avec une pratique touristique ? - L'urbanité métropolitaine comme ressort de la pratique touristique de Los Angeles.
6) Comment avez-vous organisé votre séjour ?	- Quels sont les moyens informant les pratiques touristiques et nourrissant les compétences des individus ?
7) Quels objets utilisez-vous durant votre séjour (guide; smartphone; cartes; appareil photo) ? Utilisez-vous les réseaux sociaux ? Pourquoi ? Comment les utilisez-vous ? A quoi vous servent-ils ? Qu'en faites-vous ?	- Modalité d'acquisition des compétences par les touristes - Dans quelle mesure les pratiques sont-elles équipées ? - Maintien d'un lien avec le quotidien ; autre approche de l'altérité ?

Ce guide d'entretien aborde ainsi en filigrane (elles ne sont pas présentées ainsi aux individus) les épreuves spatiales. On remarque ainsi que pour rendre possible une investigation empirique de cette question, il a été nécessaire de trouver, pour chaque épreuve spatiale, l'illustration la plus emblématique, la plus cruciale, celle qui pose le plus de problèmes aux touristes : l'épreuve du placement a ainsi été envisagée à partir du choix de l'hôtel, celle des métriques par les arbitrages

effectuées entre les différents moyens de transports disponibles , la problématique du découpage par la délimitation des lieux touristiques, et celle du cheminement par les différents lieux touristiques visités. Les réponses à ces questions permettent alors de connaître les manières de faire avec ces différentes épreuves spatiales de la part de chaque enquêté (dont on aura estimé le capital spatial).

4.2.1.2. Importance et composition du panel

Inévitablement, la question du nombre nécessaire d'entretiens à réaliser se pose, même si c'est un aspect que certains considèrent comme une « fausse question », les entretiens approfondis n'ayant pas pour vocation d'être « représentatifs » et ne visant pas à produire des données quantifiées, n'ont donc pas besoin d'être nombreux (Beaud & Weber, 1998, p.177). On peut en effet considérer qu'« un très petit nombre de représentants suffit souvent (...) à condition qu'ils soient bien exploités, une dizaine d'entretiens peut permettre, dans certains cas, de tester des hypothèses ou d'étayer un raisonnement » (Juan, 1999, p.108). Une des réponses possibles à cette question du nombre d'entretiens nécessaires est ainsi celle du « niveau de saturation » : cela correspond au seuil où aucune nouvelle caractéristique importante ne ressort des entretiens, signifiant ainsi une certaine redondance des discours, et un intérêt moindre à continuer d'en collecter. En optant pour cette technique de recherche, l'objectif n'est donc pas de s'inscrire dans une logique de représentativité. Il est plus intéressant, par rapport à la perspective de cette enquête, de s'attacher à saisir la diversité des manières de faire avec de l'espace. Cela rejoint le point de vue énoncé par Olivier de Sardan (1995) quand il indique qu'il s'agit de « rechercher des discours contrastés, de faire de l'hétérogénéité des propos un objet d'étude, de s'appuyer sur les variations plutôt que de vouloir les gommer ou les aplatir, en un mot de bâtir une stratégie de recherche sur la quête de *différences significatives*. (Olivier de Sardan, 1995, p.93, souligné par moi). La concrétisation de cette quête des « différences significatives » passe dans le cadre de cette recherche par la prise en compte de la diversité d'individus la plus importante, pour savoir s'il y a des différences « culturelles » ou « sociales » dans la manière d'habiter touristiquement Los Angeles.

Avant tout, les individus considérés ici sont des touristes, que l'on fera ici correspondre à des personnes habitant temporairement Los Angeles pour se recréer ; cette définition a minima suggère que ces individus disposent d'une autonomie accrue dans le choix des lieux pratiqués par rapport à d'autres cas de mobilités (par exemple les « voyageurs d'affaires » dont le déplacement est plus ou moins contraint par des activités professionnelles et dont le but premier n'est pas la recreation). Trois grandes dichotomies semblent structurer les principaux profils de touristes en règle générale. Tout d'abord celle inhérente à la question de **l'hébergement** : un touriste peut être hébergé dans un hôtel ou chez de la famille/des amis. Cette différence est doublement importante à considérer : elle implique dans un premier temps un rapport différent avec l'aire urbaine : on peut faire l'hypothèse qu'un touriste ne fera pas les mêmes pratiques et/ou qu'il fera les mêmes pratiques mais pas de la même manière s'il est accompagné par un angelino. Ensuite, il s'agit d'une autonomie plus ou moins importante par rapport à la question du placement : le choix d'un hôtel doit être considéré comme l'expression effective de compétences et le résultat d'un arbitrage crucial à prendre en compte. La deuxième dichotomie remarquable est celle distinguant les touristes « individuels », c'est-à-dire ceux non pas seuls, mais voyageant par eux-

mêmes, et ceux qui font partie d'un voyage organisé. On peut ici faire l'hypothèse que cette façon de faire est l'expression des compétences et du capital spatial dont dispose tout individu : le voyage organisé pouvant être envisagé comme un dispositif adopté par les touristes sans lequel ils ne pourraient faire avec de l'espace. Les touristes « individuels » auraient confiance¹³¹ en leurs compétences spatiales, ce qui leur permettrait d'habiter touristiquement une aire urbaine par leurs propres moyens. La troisième dichotomie correspond à **l'origine des touristes**. Celle-ci peut s'apprécier tout d'abord selon la nationalité des touristes : y-a-t-il des différences « culturelles » dans les manières de faire touristiquement avec de l'espace ? Y-a-t-il une gestion différente des épreuves spatiales selon la nationalité ? Une des hypothèses pourrait-être celle d'une distinction notable entre touristes résidant aux Etats-Unis et ceux résidant dans d'autres pays, les premiers étant familiers du système de codes, de références et de règles en place à Los Angeles : l'altérité de cette aire urbaine s'en trouverait donc atténuée. Au contraire, pour ceux qui n'ont pas l'habitude de ce genre d'organisation, l'aire urbaine pourrait être porteuse de plus d'altérité et donc être un problème plus important. Mais on peut également déplacer le curseur de cette question de l'origine sur une autre distinction, celle entre deux grandes « cultures urbaines », entre les individus qui résident dans les métropoles et ceux résidant à la campagne. Il s'agirait alors d'envisager l'hypothèse d'une culture métropolitaine¹³² : il y aurait moins de différences dans les façons de faire avec de l'espace entre individus de nationalités différentes mais résidant dans des métropoles qu'entre individus de même nationalité mais résidant dans des lieux à l'urbanité très différente (Lévy & Stock, 2008). L'importance de ce critère tient au fait qu'il intervient de façon puissante dans la constitution du capital spatial des individus. Par rapport à cette description théorique, idéale, il convient maintenant de présenter le profil des touristes sur lesquels repose effectivement le développement empirique de cette recherche et tout d'abord de présenter comment il a été possible d'accéder à cette diversité de touristes.

4.2.1.3. Les aléas du terrain

Pour trouver une diversité de personnes ayant été touristes à Los Angeles, la solution la plus indiquée était d'aller enquêter sur place et approcher les manières de faire avec de l'espace des touristes « en train de se faire ». C'est la raison pour laquelle les trois derniers des six terrains¹³³ que j'ai réalisés à Los Angeles durant ces cinq dernières années (limités, pour des questions d'ordre logistique, à une durée d'un mois pour la plupart) ont été essentiellement consacrés à cette tâche de réaliser des entretiens avec les touristes. L'une des principales difficultés a été de trouver un moyen pour s'entretenir avec des touristes : contrairement aux résidents, ce sont des individus qui restent peu de temps dans une métropole, dont l'emploi du temps est souvent assez chargé et imprévisible (il est très difficile, au regard de mes nombreuses tentatives soldées par un échec, de

¹³¹ Il s'agit sans doute plus d'une croyance que d'une réalité effective.

¹³² En même temps, de plus en plus d'individus ont l'habitude d'habiter un nombre toujours plus important de lieux aux degrés d'urbanités toujours différents, diminuant d'autant les différences qui ont pu exister historiquement : il y a moins de différences entre un résident d'une « métropole » et celui d'un « village » aujourd'hui qu'il y a cent ans. Un nombre croissant d'individus résidant dans les campagnes ont l'habitude de pratiquer les métropoles.

¹³³ Le premier séjour pouvant être considéré comme un séjour exploratoire réalisé dans le cadre de mon Master 2, le deuxième s'inscrivant dans le cadre d'un projet de recherche (mené par l'EPFL) sur les mobilités des angelinos et le troisième étant, dans le cadre de cette thèse, focalisé sur des entretiens avec certains des "promoteurs touristiques" de Los Angeles

fixer un rendez-vous) et qui ne sont pas (psychologiquement) disposés à accorder un entretien avec un inconnu (encore moins que dans la sphère du quotidien). J'ai donc développé différentes approches pour mener du mieux possible cette mission.

**Photographie n°2 :
Le hall d'hôtel du Motel 6 à Hollywood**



Le premier terrain véritablement consacré à cette question (le 3ème séjour donc) a débuté avec l'idée d'aborder les touristes dans l'espace public (afin de ne pas opérer de sélection a priori et d'avoir le moins de biais possibles en matière de profils sociologiques des touristes). J'avais choisi Hollywood Boulevard sur le walk of fame précisément - à la fois parce qu'il s'agit d'un des rares lieux où l'on peut observer des touristes marcher en nombre mais également parce qu'il s'agit d'un « incontournable touristique », les touristes passant tous par là -, pour leur demander de m'accorder un entretien. Cette manière de faire n'a pas eu le succès escompté : les touristes, constamment sollicités par les nombreux vendeurs de tours en bus à cet endroit (cf chapitre 9) ne s'arrêtant pas (à une ou deux exceptions près). Pour faire face à cette situation, j'ai décidé d'abandonner cette approche et concentrer mes efforts en abordant les touristes dans le hall de l'hôtel où j'étais, le Motel 6 (cf. photographie n°2)¹³⁴, situé sur Whitley Ave, une petite rue perpendiculaire au Walk of Fame : malgré les nombreuses heures passées chaque jour dans ce hall et les (bien plus) nombreuses demandes d'entretiens que j'ai pu formuler auprès des touristes (le matin, le soir, au moment des check-in et check-out), je n'ai pu réussir à effectuer qu'une dizaine d'entretiens. Malgré une qualité et une durée (près d'une heure) intéressante, j'ai dû faire le

¹³⁴ hôtel Motel 6 choisi pour son prix raisonnable, sans être une auberge de jeunesse avec un profil de client très marqué (s'adresse à la classe moyenne), qui offrait un confort minimum (de nombreux hôtels de cette catégorie sont très mal entretenus, j'ai également pu en faire l'expérience), et qui proposait une configuration permettant de réaliser des entretiens, avec un vaste hall, ce que ne possèdent pas d'une manière générale les motels, avec une entrée réduite au strict minimum (cf. photographie n°2).

constat de plusieurs problèmes : i) un nombre plutôt restreint d'entretiens, ii) le fait qu'il n'y avait pas de touristes américains (et seulement des européens et des australiens, alors que je ne faisais aucune sélection des touristes a priori¹³⁵) parmi ceux interviewés, et iii) les logiques de placement des touristes étaient les mêmes. Pour faire face à ces limites j'ai choisi lors du terrain suivant (n°4, en janvier 2012) de revenir à l'approche initiale. Fort de l'expérience précédente, j'ai trouvé un emplacement où les touristes pouvaient être plus disposés à s'entretenir avec moi : il s'agit d'une passerelle au fond du Mall (à ciel ouvert) situé au coeur du Walk of Fame (cf. chapitre X). Cette passerelle avait l'avantage d'offrir un point de vue sur le *Hollywood Sign* : aussi de nombreux touristes y restaient pendant quelques minutes. J'ai ainsi pu réaliser à cet endroit une trentaine d'entretiens, d'une durée allant de 15 minutes à une demi-heure, avec des profils de touristes différenciés et notamment l'expérience de certains touristes américains (quelques-uns, pas une majorité). Pour le dernier terrain (août 2012), il m'a semblé nécessaire de me focaliser sur deux aspects plus spécifiques : la question des bus touristiques (problématique à laquelle je consacre le chapitre X) et celle de la plage (problématique abordée dans le chapitre 6¹³⁶). Pour cela, mon séjour s'est découpé en des journées passées le long du littoral, sur la plage au niveau de Santa Monica / Venice Beach, où j'ai essayé (sans réussite mis à part 2 ou 3 interviews) d'avoir des entretiens de touristes à la plage, et des journées passées au niveau d'un stand d'une entreprise qui vendait des tours de « vans touristiques » et dont j'avais sympathisé avec le propriétaire, de nationalité suisse lors du précédent terrain. J'ai, dans ce cadre, pu effectuer une trentaine de courts entretiens (entre 5 et 10 minutes), dans la mesure où je n'avais les touristes à disposition que le temps d'attente du prochain départ (généralement de cette durée)¹³⁷.

C'est donc près de 70 entretiens (sans compter les nombreuses discussions informelles plus ou moins brèves que j'ai pu avoir à côté et qui ont alimenté la réflexion)¹³⁸, de longueur et de qualité très variables¹³⁹, que j'ai dirigés sur place. Par ailleurs j'ai effectué certains entretiens ailleurs qu'à Los Angeles, dont un à Chicago, avec un touriste australien que j'ai croisé durant les deux jours de mon séjour dans cette métropole, et deux ou trois en Suisse, au moment de la rédaction finale, pour profiter de certaines rencontres fortuites avec des personnes qui sont allées à Los Angeles et approfondir ainsi certains aspects. Ces entretiens ont tous été enregistrés : cette caractéristique a l'avantage de libérer le chercheur d'une prise de note en direct, autorisant ainsi une concentration supérieure sur le discours des individus, nécessaire pour pouvoir « rebondir » et relancer la conversation, participant ainsi d'une qualité accrue de celle-ci. L'autre intérêt majeur de ce procédé est de retrouver ultérieurement le discours complet au mot près, avec les termes exacts utilisés par l'individu, en prenant en compte le système de valeur qui est le sien, et éviter ainsi de

¹³⁵ Était-ce parce que ce n'était pas un hôtel référencé sur les principaux sites de réservation utilisés par les Américains ?

¹³⁶ Avec par exemple la question de savoir dans quelle mesure Los Angeles est une destination balnéaire (et non « métropolitaine », en quelque sorte), notamment pour les touristes américains ?

¹³⁷ De nombreux entretiens (durant les terrains 5 et 6) ont donc été réalisés, pour des raisons pratiques, sans suivre scrupuleusement le guide d'entretien.

¹³⁸ Il s'agit d'une restitution résumée de mes différents terrains, afin d'explicitier les différents choix effectués ; j'ai varié, de façon ponctuelle, lors de chacun d'entre eux mes lieux d'enquête en demandant des entretiens chaque fois que l'occasion se présentait (lors de déplacements pour découvrir les différents quartiers de Los Angeles ou même dans des bars lors de moments de restauration).

¹³⁹ Notons que la qualité d'un entretien tient autant du chercheur qui doit poser les bonnes questions, avec la bonne formulation, savoir réagir et s'étonner des propos des enquêtés, que de ces derniers, dont la participation doit s'effectuer de la façon la plus impliquée et sérieuse possible.

trahir sa pensée par une reformulation approximative (Beaud & Weber, 1998, p.208). Les entretiens ne sont pas tous mobilisés au fil du texte (pour des questions de qualité, de pertinence et de redondance) et le tableau ci-dessous (tableau n°23) propose les caractéristiques essentielles des principaux touristes intervenant au fil des prochains chapitres.

Il convient de considérer que quel que soit leur profil (nationalité, âge ou classe sociale), une très grande majorité de touristes n'accepte pas d'effectuer un entretien. On peut imaginer que le taux de refus, déjà très élevé lorsqu'on enquête sur les résidents, est supérieur pour les touristes du fait de l'altérité du lieu : ce n'est pas une situation pleinement confortable pour l'enquêté (qui n'est pas chez lui) et la sollicitation est jugée encore plus intrusive que dans un contexte quotidien. Si l'on devait dresser les principales caractéristiques du panel (pour plus d'efficacité, je présenterai les touristes au cas par cas à mesure de leur mobilisation dans les chapitres empiriques), les enquêtés font partie de la classe moyenne (dans une acception large), sont actifs (il y a très peu, si ce n'est pas, de retraités) et sont de nationalités très diverses, avec une majorité d'européens, une dizaine d'australien et une dizaine d'américains. Comment expliquer ce faible taux de touristes américains interviewés mais également observés (ils ne représentaient qu'une minorité des clients de la compagnie de bus touristique auprès de laquelle j'enquêtais¹⁴⁰), alors que l'attention était notamment focalisée sur eux ? Effectuent-ils d'autres types de pratiques touristiques (le shopping par exemple) ? Investissent-ils d'autres lieux ? En profitent-ils essentiellement pour rendre visite à de la famille (c'est, on peut faire l'hypothèse, le cas des touristes mexicains – seulement un ou deux parmi mes enquêtés –, qui représentent une large partie de la population et statistiquement – cf. chapitre 3 – la nationalité étrangère la plus importante en nombre de touristes) ? Mais avant tout, dans quelle mesure les américains voient Los Angeles comme un lieu touristique ? Et quel type de lieu touristique ?

Le moment du bilan est aussi et avant tout celui du constat des apports et des limites de cette façon de procéder. Une telle opérationnalisation a l'avantage d'interroger les touristes sur le vif, dans le feu de l'action : le discours qu'ils avancent est étroitement adossé à la pratique. Il a cependant un inconvénient relativement important : les touristes interrogés n'ont pas fini leur séjour. Il est donc difficile d'en avoir une vue d'ensemble et par exemple de poser la question « qu'est-ce que vous n'avez pas pu faire » (interrogation fondamentale lorsqu'on travaille sur les compétences et les manières de faire avec des épreuves spatiales des touristes). D'autre part, la pratique étant « en cours », il y a peut être moins de réflexivité, de recul : c'est l'expérience « à chaud » qui est livrée (ce qui doit aussi être vu comme un avantage)

¹⁴⁰ On pourrait justement y voir là une question de compétences : les américains auraient moins besoin de recourir à ce service du fait d'une maîtrise de l'urbanité américaine.

Tableau n°23 :
Profil¹⁴¹ des individus correspondant aux principaux entretiens utilisés

Nom	lieu de résidence	Voyage avec :	Age	Voiture	Capital spatial	Autres caractéristiques
Famille québécois	Montréal	2 enfants (10 ans)	40	Oui	Moyen	
Scott	Brisbane	Seul	30	Oui	Elevé	2 ^{ème} fois à LA
Elise	France	Seule	25	Oui	Elevé	
Linda	Paris	Seule	30	Non	Moyen	Séjour linguistique de 5 semaines; principalement restée à SaMo
Valentine & Ludovic	France ; depuis 1an aux USA	En couple	25	Oui	Elevé	
Cathy	Brisbane	2 amies	27	Non	Faible	Recherche parcs d'attractions
Pierre & Fabienne	Liège	Couple	50	Pas à LA	Moyen	Urbanophile ; projet de s'installer en californie
Almorena & Alberto	Bilbao & Madrid	Couple	25	Oui mais peu à LA	Moyen	Assistent à un match de Baseball
Carla & Joannie	Montreal		20	Non (ont le permis mais ne peuvent pas louer)	Faible	(1 ^{er} voyage seules)
Marc & Amélie	Genève / Lausanne	Une autre amie	35 & 22	Oui	Moyen	Voyage +/- organisé
Al Saad	Arabie Saoudite mais étudie à Oklahoma	Avec 2 amis	20	non	Moyen	A LA spécialement pour l'équipe de football
Keredin	Marseille	Plusieurs membres de sa famille	26	Oui (van)	Faible	« effrayé par LA »
Gil & Nathia	Amsterdam	Couple	25	Oui	Moyen	Ne viennent que pour le signe ; semble ne pas être au courant de la plage.
Emeline	North Arizona (origine mexicaine)	famille	50	Oui	Faible	Fils habite à Irvine ; mode de vie rural, peur de la grande ville
Jessica	Belgique	Avec sa mère	23	non	Faible	Chez de la famille à NY et reste 1journée à LA (prend le bus touristique)
George	Washington (l'état)	Avec sa compagne	40	Oui (mais ne veut pas conduire à LA : prend le bus et le bus touristique	Faible	Reste 1 journée à LA ; séjourne à Venice
Luis	Texas	Famille	40	Oui	Faible	A LA pour disneyland : Séjourne à Anaheim. « <i>not easy to follow the guidebook</i> »

¹⁴¹ Tous font partie d'une classe moyenne (au sens large)

François	Genève	Famille	50	Oui	Moyen	En Californie pour le marathon de SF
Susie	Géorgie (state)	Avec 3 amis	30	oui	Faible	Hébergés chez un ami dans le O.C.
Samantha	Las Vegas	Avec deux amies	25	oui	Faible	Passé un week-end ; est déjà venue plusieurs fois à LA, mais 1ère fois à Hollywood
Silvia & Hector	Anaheim	Avec un cousin de Mexico	30	oui	Faible	Vivent depuis 8 ans à LA mais viennent très rarement dans le Westside (1 seule fois à Venice Beach et la dernière fois à Hollywood 2 ans auparavant, « parce qu'il y a trop de circulation »)
Ken	Danois	Avec son père	40	Oui	Moyen	
Chris	Queenstown		40	Oui	Moyen	Est déjà venu 5 fois à LA ; retourne à Universal et le bus touristique
Randle	Dallas	Seul	35	Oui	Moyen	2 ^{ème} fois à LA ; Pour son travail, mais rencontré à Hollywood ;
Danny	Perth	-	27	Non	Moyen	3 ^{ème} fois à LA
Sujin	Seoul	Seule	20	Non	Faible	Sécurité
Mike	Autriche	Avec 2 amis	21	Pas à LA	Elevé	
Kerry	Johannesburg	Seul	23	Non	Elevé	Surf à SaMo ; Va à Disneyland
Edward	Glasgow	Avec un ami	30	-	Moyen	2 ^{ème} fois à LA
Danny	Melbourne	Avec deux amis	22	Non	Elevé	A fait un tour du monde ; est resté 2 semaines à SaMo et visite Hollywood le dernier jour
Tim	Canberra	Avec son compagnon	43	Non	Elevé	est allé skier au Colorado et reste 2j à LA pour se reposer avant de repartir chez lui
Jan	Amsterdam	Avec 2 amis	25	Avaient un van pour le tour en CAL. mais l'ont rendu pour LA	Elevé	Hôtel à Downtown
Angie	à 2h de Toronto	Avec deux amies	30	oui	Moyen	Passé 2j à Disneyland (principal motif du séjour)
Irlandais	Dublin	3 amis	30	Oui	Elevé	Partie de rugby sur la plage
Jérôme	Sion	Avec sa femme	30	Oui	Faible	
Joseph (« et ses amis »)	Paris mais étudient pour 1 an à Chicago	Avec 5 amis	24	Van	Elevé	Hébergés dans la maison d'un proche à SaMo ; restent principalement près de la plage

4.2.2. Les commentaires sur *Tripadvisor*

C'est aussi avec un certain recul sur leur expérience que les touristes postent un commentaire sur un site internet. Le discours des touristes quant à leurs manières de faire avec de l'espace à Los Angeles a été envisagé d'une autre perspective, en exploitant de manière intensive les différentes pages internet du site *Tripadvisor*¹⁴². Le choix de cette plateforme repose sur le fait qu'elle est l'une des plus réputées, l'une des plus utilisées (il y aurait 100 millions d'avis – 16 nouveaux chaque minute – sur 2,5 millions d'hôtels, restaurants et lieux touristiques de 30 pays)¹⁴³ et notamment par les voyageurs américains : cela permettait donc d'accéder à ces touristes et compléter les entretiens. Cette investigation a consisté en la consultation des pages internet des sujets relatifs aux modalités des épreuves spatiales dégagées.

Cette ressource, encore peu exploitée par les chercheurs à ma connaissance (alors qu'internet est devenu très rapidement un outil important au sein des pratiques touristiques), présente au moins deux avantages importants : tout d'abord, c'est le touriste qui s'exprime, sans avoir d'autre *stimuli* que sa propre expérience. Il s'agit d'un avis "spontané" de la part des individus, sans qu'une question ne leur soit posée : les commentaires (les « posts ») correspondent donc à des sujets qui leur tiennent vraiment à cœur, qui leur posent problème, même si l'on peut imaginer des commentaires qui ne traduisent pas ce qui s'est effectivement passé : il s'agit toujours d'un point de vue personnel, relevant donc du domaine du subjectif, avec ce que cela peut comporter d'exagérations. Un autre avantage majeur de ce dispositif est de donner accès à un nombre de commentaires très important (plusieurs centaines pour certains sujets). Cette profusion de réactions, qui sont autant de discours de justification de la part des touristes quant à leurs pratiques, autorise également à dégager des « grandes tendances » en termes de manières de faire¹⁴⁴ : on peut savoir si l'avis d'un utilisateur est une perception partagée par d'autres ou s'il s'agit d'un point de vue minoritaire. Il est d'autant plus utile de prendre au sérieux ces commentaires qu'ils ne sont pas là uniquement pour répondre à une fonction de catharsis (pour ceux qui les écrivent), mais que ce sont des réactions lues par les utilisateurs et futurs touristes. Les commentaires que l'on retrouve sur ces sites informent les pratiques, font presque office de prescriptions. Je rapporte ici un passage d'un entretien que j'ai réalisé avec une famille de québécois, qui est particulièrement illustratif de l'importance que cela peut avoir pour la pratique de certains touristes :

- Je pense que c'est indispensable aujourd'hui internet. En plus avec l'ipad maintenant... on a téléchargé les applications... Là Tripadvisor... dans les grandes villes, comme San Francisco, on se promenait et on regardait les restaurants, on regardait comment ils étaient notés... En plus avec tous les commentaires... A New York aussi on faisait pareil... ça donne une certaine confiance aussi, parce que des fois on est allé manger dans des restaurants qui étaient bien cotés mais, à l'oeil, on n'aurait jamais arrêté. Si tu le regardes tu dis, « non, je ne vais jamais aller là », mais tu

¹⁴² Je remercie Michel Lussault de m'avoir conforté (il était prévu d'exploiter cette source de façon plus ou moins importante), lors de la présoutenance, de la pertinence de la mobilisation d'un tel corpus.

¹⁴³ Source: <http://tempsreel.nouvelobs.com/topnews/20130802.AFP1216/les-avis-sur-internet-tout-le-monde-en-profite.html>

¹⁴⁴ Il serait possible, avec un codage approprié, d'avoir un traitement quantitatif, statistique, de ces commentaires.

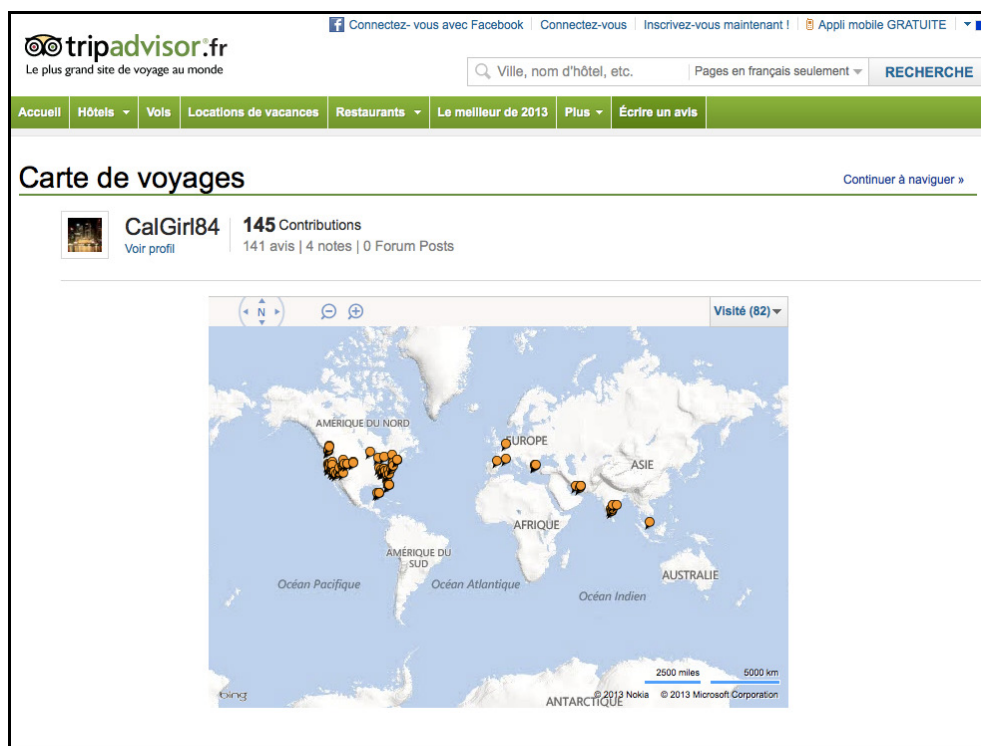
- lis les commentaires, tout le monde a été satisfait donc... Et on n'a jamais été déçu.
- Donc vous vous fiez vraiment aux commentaires ?
 - Tu enlèves le meilleur, tu enlèves le pire, et puis les autres sont... il y en a toujours des trop beaux et toujours des trop laids... Mais si la moyenne est bonne...
 - Et est-ce que, en retour, vous postez des commentaires ?
 - Oui. Oui. J'en mets... Des commentaires généraux, ce qu'on a aimé, ce qu'on n'a pas aimé... pour les restaurants par exemple... Si ça m'a servi, ça peut servir à d'autres !

Des renseignements particulièrement significatifs sont à relever de cet extrait : tout d'abord, une telle plate-forme numérique non seulement informe les pratiques mais plus encore tend à les accompagner *in situ*, ces touristes consultant le site (ou plutôt l'application) en direct, au moment de faire leur choix. Cette interface constitue donc véritablement un équipement numérique de la pratique touristique et participe de l'émergence de ce que l'on a actuellement tendance à nommer « réalité augmentée ». Et si l'utilisation du service passe par un protocole et des précautions d'usage, on note que ces utilisateurs ont confiance (c'est le terme qui est employé) dans les commentaires, au point de se fier plus à ces derniers qu'à leurs impressions visuelles. Cela vient ainsi étayer la thèse de l'acteur-réseau (le réseau pouvant être entendu ici dans deux sens du terme¹⁴⁵) développée par Bruno Latour (2006) pour qui il convient de ne pas s'arrêter aux seules interactions « face-à-face », mais de considérer le faisceau d'interdépendances dans lequel est insérée toute situation. Cette confiance n'est pas infondée, puisqu'il s'agit selon eux d'un système performant, efficace, ces utilisateurs n'étant jamais déçus. C'est la participation du plus grand nombre et le principe de la réciprocité qui garantissent cette efficacité : d'une certaine façon, les utilisateurs forment une communauté¹⁴⁶ disposant d'un « contre-pouvoir » non négligeable à travers une évaluation permanente « de tout ce qui peut l'être » (même les commentaires des utilisateurs de Tripadvisor sont évalués par les autres utilisateurs selon l'intérêt qu'ils représentent, fabriquant ainsi un degré de fiabilité de chaque utilisateur). L'exploitation scientifique de ce corpus est d'autant plus possible et enrichissante que chaque utilisateur dispose d'une page internet sur laquelle on retrouve son profil, même si ce dernier peut être plus ou moins bien renseigné et sans certitude quant à sa véracité (de façon identique à un entretien de vive voix) : il est possible d'avoir une petite idée du profil sociologique de l'individu (sa tranche d'âge, son genre et son lieu de résidence tout particulièrement). On peut surtout accéder à la liste des commentaires rédigés par cet utilisateur : cela permet ainsi de retrouver l'ensemble des réactions postées pour un même lieu. On peut alors naviguer et reconstituer, de façon plus ou moins précise, son parcours (les lieux qu'il a visités, son hôtel, les restaurants fréquentés, etc.). De façon plus large mais non moins intéressante, cet outil autorise enfin une traçabilité plus ou moins complète (ils peuvent ne pas indiquer l'ensemble des lieux qu'ils ont visités) de l'expérience touristique des utilisateurs (cf. illustration n°30) : c'est alors leur capital spatial qu'il est possible d'approcher, mais seulement à un haut niveau de synthèse, puisque l'on ne connaît ni les circonstances ni les manières dont se sont déroulés ces déplacements.

¹⁴⁵ Dans le sens où il faut avoir accès à internet, ce qui ne va pas de soi quand on est dans un pays étranger, et dans le sens où la pratique repose sur une multitude de pratiques précédentes.

¹⁴⁶ Il serait important, c'est une piste de recherche que je propose, de se saisir de cette question en plaçant cette plateforme au cœur d'une recherche afin de voir ce que cela nous renseigne sur les pratiques des touristes mais également de comprendre les manières d'utiliser ce type de service.

Illustration n°30 :
Carte des lieux qu'un utilisateur de tripadvisor indique avoir visité



Source : www.tripadvisor.fr/members/CalGirl84

Par rapport à l'exploitation des commentaires comme discours, l'une des limites de ce type de source est la brièveté des propos : ce sont souvent des réactions relativement courtes, généralement peu développées. Cela implique ensuite qu'il n'y a pas le « pourquoi » de la réaction : on ne peut pas reconstituer l'arbitrage effectué par les individus entre deux choix par exemple. Il s'agit d'un avis très ponctuel, très cadré, sur un sujet précis : on ne peut pas le recontextualiser dans un discours plus large. Une autre limite réside dans le « faux commentaire ». Ce risque semble relativement faible pour les commentaires sur des lieux, des sites touristiques, des espaces publics, des musées, pour lesquels il ne semble pas y avoir d'enjeu, et desquels personne ne se préoccupe¹⁴⁷. Le risque est par contre plus élevé lorsqu'il s'agit des pages en lien avec une entreprise privée (par exemple un hôtel ou un restaurant) : il est plus facile pour le manager d'intervenir et de créer des commentaires factices. On peut d'ailleurs, constater qu'un certain nombre de ces opérateurs privés prennent au sérieux ces réactions dans la mesure où ils répondent systématiquement aux commentaires (positifs ou négatifs) des clients¹⁴⁸.

¹⁴⁷ Les opérateurs et promoteurs touristiques locaux (sphère publique) devraient exploiter ces informations que l'on peut considérer comme de bons indicateurs pour connaître le point de vue des touristes.

¹⁴⁸ Dans un article de presse, Adele Gutman, vice-présidente des ventes de Library Hotel Collection, qui gère quatre hôtels à New York témoigne ainsi qu'à partir des premiers avis positifs relevés en 2004 sur Tripadvisor, le groupe a focalisé son attention sur ce type de commentaires au point d'amener les quatre hôtels dans la liste des huit premiers recommandés à New York sur le site, avec un taux d'occupation allant de 89 à 94%, et qu'un seul d'entre eux, le Casablanca, génère entre 100.000 et 180.000 revues par mois sur Tripadvisor. Source: <http://tempsreel.nouvelobs.com/topnews/20130802.AFP1216/les-avis-sur-internet-tout-le-monde-en-profite.html>

4.2.3. Restitution et analyse

Comment analyser et construire une réflexion à partir des discours ainsi obtenus ? L'utilisation des données récoltées est souvent considérée comme l'un des problèmes de cette approche par entretiens semi-directifs : « plus l'acteur structure "librement" son discours et plus l'information est difficile à traiter, à catégoriser et interpréter » (Juan, 1999, p.107). L'argumentation a été élaborée en s'appuyant pleinement sur le discours des touristes, par la restitution la plus importante possible de leurs propos pour mettre au premier plan le raisonnement des individus et comprendre les arbitrages qu'ils effectuent. Aussi les deux types de discours (ceux par entretiens et ceux récupérés sur Tripadvisor) sont traités sur un pied d'égalité (même s'ils seront à chaque fois explicitement distingués – ne serait-ce que parce que la plupart des utilisateurs de Tripadvisor utilise un pseudonyme). Pour chaque épreuve spatiale, la sélection des extraits cités dans le texte a été opérée de façon similaire pour les deux types de discours : les commentaires sélectionnés ont été ceux envisageant le plus directement et le plus explicitement les problématiques envisagées ici. Ce sont les réactions les plus développées, contenant le plus d'informations, et les plus représentatives par rapport à l'ensemble des commentaires qui sont rapportées. Pour chaque grande thématique, j'essayerai ainsi de faire émerger les principaux types de justification apparus dans les discours en instaurant un dialogue entre ces multiples manières de faire, afin d'en apprécier l'écart tout autant que la proximité. L'objectif était d'exploiter au maximum les singularités et de tirer profit de la richesse des matériaux : « chacun de vos interviewés exprime, pour vous, un point de vue singulier. Plus vous ferez apparaître la singularité de ce point de vue, plus l'entretien sera intéressant ("l'universel est dans le particulier" comme aimait à dire Goffman) » (Beaud & Weber, 1998, p.178). Le mode de traitement des données retenu a été celui de l'analyse de contenu afin de dégager les indices (car elles n'apparaissent pas forcément explicitement comme telles dans le discours tenu par les individus) témoignant de l'usage de compétences conduisant les manières de faire avec de l'espace. C'est notamment à partir d'une prise en compte du vocabulaire (comme par exemple l'emploi d'expression du type « je n'ai pas pu, je ne savais pas ») que l'on peut reconstituer la maîtrise des techniques (cognitives, corporelles et techniques) dont dispose chaque individu. Cette reconstitution de la mobilisation de compétences nécessite (et est aussi rendue possible « en creux » par) une connaissance relativement poussée de l'ensemble des pratiques possibles à laquelle nous permet d'accéder l'observation ; il s'agit de la deuxième technique d'enquête utilisée dans cette recherche.

4.3. Les traces observées

A côté d'une focalisation sur les discours des individus, l'observation a en effet été la deuxième technique d'enquête employée. Cette association est fréquente et régulièrement recommandée : « la méthode de l'entretien, suivie d'une analyse de contenu, est certainement la plus utilisée en parallèle avec les méthodes d'observation. Leur complémentarité permet en effet d'effectuer un travail d'investigation en profondeur qui présente un degré de validité suffisant » (Quivy & Campenhoudt, 2006, p.199). Qui plus est, on ne se situe pas, avec ces deux méthodes, au même niveau de réflexion, on n'appréhende pas les mêmes éléments : « le questionnaire (ou l'entretien) suscite des réponses verbales constituant des opinions ou restituant des actes ; l'observation directe présente ces actes » (Peretz, 2007, p.13). Afin de diversifier les sources de renseignements et obtenir des informations complémentaires quant aux manières de faire avec de l'espace de la part des touristes, l'observation a eu pour cette enquête une triple fonction.

4.3.1. Objectifs des observations

Tout d'abord il s'agissait de « recouper » le discours des touristes. Une recherche qui s'appuie sur le discours des individus relève d'un subtil équilibre dans le sens où il convient tout à la fois de prendre au sérieux ce que disent les individus, de suivre leurs traces, de les accompagner dans leurs raisonnements, sans toutefois prendre pour "argent comptant" leurs discours, s'en satisfaire, ne pas douter. Tout d'abord, parce que les individus peuvent ne pas « tout » dire à propos d'une question, d'une pratique, et occulter (volontairement ou non) certains éléments : ils ne font pas nécessairement mention des problèmes, des difficultés qu'ils ont pu rencontrer, afin de « sauver la face ». D'autre part, chaque discours constitue un seul point de vue sur une situation, une seule perspective, perspective issue d'une expérience personnelle, donc particulière, avec ce qu'il peut y avoir d'imprévu, de déceptions, etc. Le discours est l'expression de sentiments qui sont toujours fondés et justifiés du point de vue de celui qui l'énonce : il faut donc le considérer et comprendre ce qu'il implique, et cela d'autant plus si l'on remarque des régularités et des récurrences entre les différents entretiens. Cependant, on peut estimer qu'à côté de ces perceptions (qui informent les pratiques et réciproquement) plus ou moins partagées, communes, il y a une réalité plus objective, en tout cas factuelle. Il s'agissait donc, d'une certaine façon, de mettre les discours avancés par les touristes à l'épreuve des faits observables. Des séances d'observations participantes¹⁴⁹ – c'est-à-dire accompagner les touristes pendant leur visite de Los Angeles – auraient permis une telle confrontation : il aurait été alors possible d'apprécier la correspondance entre ce que disent les touristes et ce qu'ils font¹⁵⁰. Ensuite l'observation permet d'envisager d'autres manières de faire avec de l'espace de la part des individus, celles notamment trop précises, trop fines (voire peut-être trop évidentes) pour être mentionnées lors d'un entretien. On peut alors saisir la mise en oeuvre de manières de faire qu'il est difficilement possible de reconstituer autrement.

¹⁴⁹ Technique d'enquête que m'a recommandée mon co-directeur, le prof. René Véron

¹⁵⁰ Malgré mes demandes régulières, aucun des enquêtés n'a accepté de participer à cette expérience qui semble être une intrusion trop importante dans leur intimité.

Enfin, on peut avec l'observation appréhender le fonctionnement d'un lieu dans son ensemble, plus seulement du point de vue d'un individu, mais en adoptant un point de vue plus global. L'observation sert alors à décrire le lieu à proprement parler, comment il est constitué, son fonctionnement, en relevant la circulation des individus (leurs allées et venues, leurs arrêts, etc.), les temporalités des lieux (le lieu est-il habité par des populations différentes selon l'heure ?), les multiples pratiques qui y sont présentes, mais également l'état des bâtiments (sont-ils délabrés, rénovés, en voie de gentrification, modernes, historiques, etc. ?). Apparemment ordinaires, ces aspects ne doivent pourtant pas être négligés, la description des lieux et des objets étant doublement utile dans la mesure où i) « ils servent de cadre aux interactions, ils jouent un rôle pour les différents participants (contrainte matérielle ; référence commune ; support d'appropriation) » et ii) « ils portent les traces d'une histoire qui, à travers eux, s'impose aux participants » (Beaud & Weber, 1998, p.167). D'un point de vue géographique, on peut reformuler cette idée en indiquant que les pratiques des individus co-construisent un lieu tout autant qu'inversement le lieu participe de la réalisation des pratiques (Stock, 2001). De cette façon, l'observation doit déboucher selon Yves Winkin (2001) sur la cartographie du lieu en question : d'un point de vue topographique tout d'abord, afin de se poser par exemple la question des frontières, des seuils, des limites: à quel endroit un lieu « commence-t-il » et à quel endroit se « termine-t-il » ? Mais aussi réaliser ce qu'il nomme des cartes temporelles afin d'appréhender les « différents lieux » qui composent un lieu, ou plus exactement de saisir le lieu à différents moments, au sein d'une même journée par exemple mais également entre les différents jours de la semaine.

4.3.2. Réalisation et restitution des observations

Il faut dans un premier temps entendre observation au sens large et regrouper l'ensemble de l'expérience accumulée lors des six mois passés sur place au total : ceux-ci ont permis l'exploration d'une grande partie de l'agglomération et cette pratique, non pas exhaustive mais large, des différents quartiers a contribué à une certaine connaissance du lieu qu'est Los Angeles. Il s'agit là d'une étape impérative pour développer une appréciation générale, se forger un point de vue et informer de façon plus ou moins sous-jacente la réflexion soutenue ici sur le problème des manières qu'ont les touristes de faire avec de l'espace à Los Angeles. De ce point de vue, les observations ont été réalisées de façon permanente tout au long de ces différents séjours et consistaient à développer une attention singulière aux différentes situations : la présence (ou l'absence) de touristes à certains endroits, selon les périodes de l'année, les dynamiques de mise en (scène) touristique des espaces publics, etc. Cela s'est traduit notamment en examinant les interactions qui pouvaient se dérouler devant moi entre les touristes ou les scènes « de la vie hors-quotidienne » qui pouvaient se dérouler dans les différents hôtels où j'ai séjourné.

Dans un deuxième temps, des observations plus ciblées et très régulières se sont déroulées tout particulièrement sur deux lieux (où j'ai passé le plus de temps pour réaliser les entretiens) : ce sont les deux espaces publics où la présence des touristes était la plus visible, la plus manifeste (la connaissance de l'ensemble de l'agglomération permettant précisément de soutenir ce postulat). Le premier correspond à **Hollywood**, et plus particulièrement à la partie du *Walk of Fame*. C'est à cet endroit que l'on retrouve les principaux « marqueurs » touristiques du lieu, ainsi qu'un

nombre important de boutiques de souvenirs, de commerces et de restaurants dont la clientèle cible sont les touristes. Le deuxième lieu d'observation privilégié a été **Santa Monica** et Venice Beach, et notamment la célèbre promenade de bord d'océan l'*Ocean Front Walk* qui longe la plage et où l'on retrouve restaurants, boutiques de souvenirs et commerces ambulants : c'est la dimension balnéaire qu'il convenait d'envisager. Un autre argument pour expliquer le choix de ce lieu est sa fréquentation par les angelinos en fin de semaine, ce qui en fait aussi un lieu du quotidien et sous-entendrait la coprésence de populations différentes. Ces investigations s'apparentent ainsi à des « focus » (particulièrement apparents dans le chapitre 6) afin de comprendre les manières des touristes d'investir l'espace public, les pratiques effectuées, les interactions avec les autres individus, leur intérêt pour le cadre bâti et les monuments présents. Dans le même temps cela permettait d'envisager l'apprêtement touristique de ces lieux, leur mise en scène et leurs aménagements, tout autant que leurs délimitations.

Ces deux types d'observations, qui ont fait l'objet de prises de notes régulières, sont mobilisés de façon plus ou moins explicite selon les chapitres mais sous-tendent toujours l'argumentation avancée. L'une de leurs expressions les plus visibles est la mobilisation de photographies (les miennes, mais aussi quelques-unes de touristes trouvées sur flickR ou sur facebook - recherchées là encore pour avoir leur point de vue, le « regard » qu'ils ont sur les lieux touristiques). Il faut ainsi les considérer comme autant d'instantanés permettant de rendre compte d'une situation selon un certain point de vue, à un certain moment. C'est la raison pour laquelle ces photographies sont intégrées directement dans le texte (et non dans une annexe spécifique) : elles ne sont pas là dans un but illustratif mais servent à expliciter une situation, à appuyer les prises de position des acteurs et sont pour cela étroitement imbriquées avec les discours de ces derniers.

4.4. Conclusion

Ce protocole de recherche a été construit pour garantir une certaine diversité des techniques et des sources exploitées tout en essayant d'assurer une cohérence la plus importante possible pour travailler sur le problème que constitue la compréhension des manières de faire avec de l'espace des touristes, les compétences qu'ils mobilisent pour gérer les différentes épreuves spatiales, et les effets que ces pratiques peuvent avoir sur l'urbanité de Los Angeles. De par leur complémentarité, elles permettent différents points de vue sur une même question.

PARTIE II

Parcourir touristiquement Los Angeles

Le cheminement¹⁵¹ est au fondement même de la pratique touristique d'une métropole. Tout l'intérêt de débiter l'investigation empirique par cette épreuve spatiale, plus que de nous permettre de dresser un tableau d'ensemble de l'espace touristique effectif de Los Angeles (par rapport à la description de la touristicité *a priori* de cette agglomération effectuée dans le chapitre 3), relève de l'importance que l'on doit accorder à cette épreuve spatiale. En forçant un peu le trait, on pourrait même avancer qu'il s'agit d'une épreuve qui se pose en réalité exclusivement aux touristes : les résidents ne parcourent pas, ou très peu, ou à une autre échelle (celle du quartier par exemple), la métropole qui leur fait office d'espace du quotidien. Sans aller aussi loin, il est en tout cas possible d'avancer l'idée que le cheminement est une épreuve qui se pose avec le plus d'acuité pour les touristes, en tant qu'elle est définie comme la nécessité de « composer et assurer un itinéraire », nécessité « depuis toujours essentielle pour l'être humain (mais qui) prend une importance encore plus décisive dans nos sociétés urbaines de mobilités » (Lussault, 2013, p.46). Ce n'est donc pas simplement poser des points sur une carte, aller d'un lieu à un autre (même si cela résulte *in fine* de cette logique), mais plus fondamentalement, la mise en relation d'un ensemble de lieux qui est au cœur du problème. On se rend compte alors combien cette épreuve revêt une importance cruciale par rapport au fait d'habiter touristiquement une métropole : les individus ont affaire à un espace qui ne leur est pas ou peu familier, qu'ils investissent sur une relativement courte période, et selon un projet récréatif reposant classiquement sur la modalité de la découverte. Un autre élément est à considérer pour évaluer le caractère prépondérant de cette épreuve spatiale : la configuration spatiale de Los Angeles, caractérisée par un étalement considérable et par la dispersion apparemment importante des lieux touristiques au sein de cette métropole (cf. chapitre 3). On peut émettre l'hypothèse que cheminer au sein de cette métropole pour un touriste est un problème qui prend une envergure bien plus considérable que lorsqu'il doit faire avec une situation métropolitaine classique, avec un espace touristique correspondant au centre-ville historique. Dès lors, une série de questionnements guide l'investigation. Quel type de cheminement les touristes effectuent-ils à Los Angeles ? Quelles sont les logiques qui président ces parcours ? Quelles compétences sont mobilisées pour les mettre en place et les réaliser ? Le capital spatial des individus intervient-il ou non sur leur cheminement à Los Angeles ? Quelles incidences ces parcours ont-ils sur l'urbanité de la métropole ?

Pour apporter des éléments de réponse à ces questions, et de façon similaire aux prochains chapitres, l'argumentation se décomposera en deux grandes étapes. J'examinerai tout d'abord ce que les prescripteurs (guides touristiques et/ou offices du tourisme) proposent à ce sujet : nous nous plaçons alors du point de vue des outils dont disposent les touristes pour élaborer leurs

¹⁵¹ Ce terme sera utilisé ici comme synonyme à celui de « parcours ».

parcours. Cela nous permettra ensuite de mesurer l'écart qu'il peut y avoir entre les recommandations des guides et les manières effectives de faire avec de l'espace par les touristes à Los Angeles. Car le second volet de cette analyse servira à rapporter et analyser les cheminements réalisés par les touristes. Une place importante sera laissée à ces derniers en rapportant leur discours, en les laissant s'exprimer, afin de les suivre et comprendre leurs manières de faire.

5.1. Les parcours suggérés par les guides touristiques

Indiquer les endroits d'une métropole dignes d'intérêt est l'une des fonctions premières des guides : il s'agit donc d'une source de premier ordre pour nous renseigner sur ce problème du cheminement en tant que celui-ci implique la mise en relation de lieux par les pratiques des individus. Pour investir cette question, nous allons progresser en plusieurs étapes : tout d'abord la réflexion se portera à l'échelle des quartiers afin d'envisager leurs « poids » touristique respectifs. Ensuite, nous relèverons les principaux lieux de Los Angeles mis en valeur par les guides touristiques, pour connaître quelles sont les principales « attractions » touristiques de cette métropole selon eux, les lieux qu'ils conseillent principalement aux touristes. La troisième étape de cette section servira, notamment à la lumière des éléments dégagés lors des deux précédentes étapes, à se saisir pleinement du traitement de l'épreuve du cheminement par les guides touristiques en analysant leurs recommandations en matière d'itinéraire.

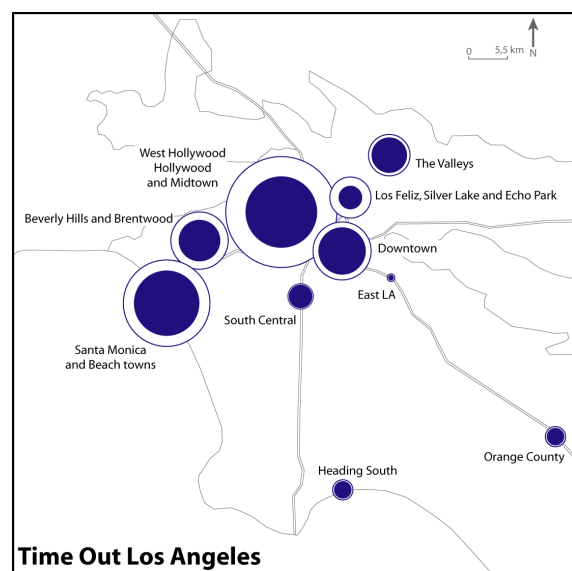
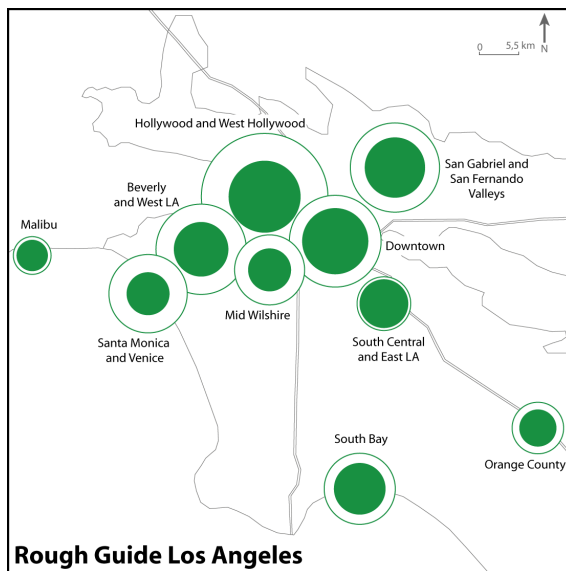
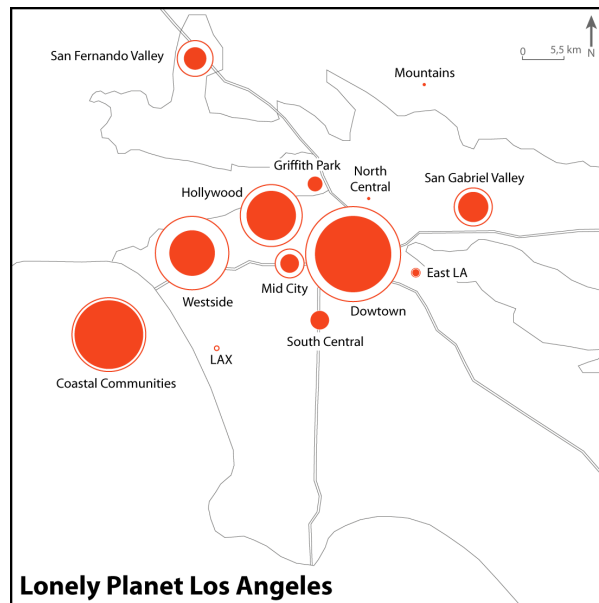
5.1.1. Le différentiel de touristicité des quartiers

Dans un premier temps on peut donc essayer d'approcher l'espace touristique de Los Angeles en dégagant les principales zones de l'agglomération concernée par le phénomène, en tout cas celles indiquées par les guides touristiques. C'est l'objectif des trois cartes suivantes : pour chacun des guides envisagés¹⁵², une carte permet non seulement de répertorier et localiser l'ensemble des « quartiers »¹⁵³ faisant l'objet de chapitres mais propose plus encore de fournir une indication quant à leur importance touristique respective, en évaluant le nombre de pages qui leurs sont dédiées (en donnant un certain ordre d'idée du nombre de réalités sociétales que les guides considèrent comme ayant un intérêt pour les touristes). Le principal enseignement à tirer de ces cartes est une nouvelle confirmation de la concentration des lieux touristiques au niveau du Westside, et plus particulièrement le long du Wilshire corridor. L'autre aspect à relever est le poids conséquent de Downtown tandis qu'Orange County (où se situe Disneyland et quelques beach cities comme Newport Beach par exemple) dispose au contraire d'un faible nombre de pages. Ce n'est donc qu'une partie relativement limitée de l'aire urbaine qui est ainsi désignée par les guides.

¹⁵² Seuls les guides concernant uniquement Los Angeles ont été pris en compte, afin de rendre possible une comparaison équitable; cela explique l'absence du « guide du routard », qui concerne l'ensemble de la Californie.

¹⁵³ Il ne s'agit pas vraiment de quartiers mais plutôt de « morceaux urbains », car leur découpage i) ne correspond pas avec des limites administratives et ii) change d'un guide à l'autre.

Illustration n°31 :
La touristicité des quartiers de Los Angeles selon trois guides



Source : Chapuis et Lucas, 2012

5.1.2. La hiérarchie touristique des lieux

Il est possible toutefois d'obtenir une sélection plus fine de la configuration de l'espace touristique par les guides, en considérant non plus l'échelle des quartiers mais celle des « marqueurs touristiques », pour reprendre l'expression de Dean MacCannell (1976). En désignant les « highlights » (terme cette fois utilisé par les guides), éléments très ponctuels, les guides indiquent alors les principaux sites de Los Angeles qu'il faut voir quand on est touriste. Il s'agit donc d'un précieux témoin de ce que ces opérateurs considèrent comme les priorités à visiter pour les touristes, déterminant ainsi, comme nous allons le constater dans la section suivante, les itinéraires conseillés. Le tableau n°22 en propose un recensement exhaustif.

C'est une véritable hiérarchie des sites touristiques de Los Angeles que l'on peut établir à partir des guides. Ceux qui reviennent systématiquement sont Disneyland (alors que Universal Studio n'apparaît qu'une seule fois) le Walk of Fame et Griffith Park. Cette unanimité doit être plus nuancée pour Downtown, car les sites auxquels ils renvoient sont différents. Cependant, cette présence, même différenciée, de ce quartier au sein des guides est étonnante pour une métropole qui a la réputation de ne pas avoir de centre : serait-ce un réflexe de la pratique touristique classique d'une métropole ? L'importance de Downtown est d'ailleurs confortée avec la référence séparée du *Walt Disney Concert Hall*, objet urbain iconique et représentant de la "starchitecture". Il est relativement surprenant également de constater la faible apparition en tant que lieux majeurs de Venice (Ocean Front Walk), Santa Monica – même si la dimension balnéaire est dans l'ensemble très marquée – et Beverly Hills (avec Rodeo Drive, l'équivalent des Champs-Élysées pour Los Angeles).

Tableau n°22 :
Les « highlights » de LA selon les guides touristiques¹⁵⁴

Rough Guide	Lonely Planet	Time Out	Top 10
Disneyland	Disneyland	Disneyland	Disneyland
Downtown : Bradbury Building	Downtown : fashion District	Downtown	Downtown El Pueblo de LA
Walk of Fame : Egyptian Theatre	Walk of Fame :	Walk of Fame : Chinese Theatre	Walk of Fame : Historic Hollywood Bd
Griffith Park	Griffith Park : Observatory	Griffith Park : Observatory	Griffith Park
	LACMA	LACMA	LACMA
Getty Center	Getty Center		Getty Center
3rd Promenade (Santa Monica)	Manhattan & Hermosa Beach	Beaches	
Walt Disney Concert Hall	Walt Disney Concert Hall		
Malibu	Malibu		
Venice Ocean Front Walk	Venice Ocean Front Walk		
Warner Bros	Warner Bros		
Mulholland Drive		Mulholland Drive	
Museum Jurassic Technology		Museum Jurassic Technology	
Sunset strip			Sunset strip
		Huntington Lib.	Huntington Lib.
Watts Towers			
Rodeo Drive			
Malibu Park			
Queen Mary (Long Beach)			
			Universal Studio
			Catalina Island
		Insider tours	

¹⁵⁴ Le « guide du routard » ne propose pas une telle section.

5.1.3. Les itinéraires conseillés

D'une façon encore plus importante, et pour véritablement aborder la question centrale de ce chapitre, les guides conseillent aussi des itinéraires en indiquant des "journées types". Par ce glissement, ils ne mettent plus seulement en avant des lieux à voir, tels des points qui seraient détachés les uns des autres en quelque sorte, mais proposent de les articuler à travers un déroulement qui se veut "logique". La version papier du *Rough Guide Los Angeles* (2006 ; 4ème édition; page 5)¹⁵⁵ propose ainsi explicitement différentes suggestions de parcours au sein de l'agglomération selon la durée du séjour. Voici le cheminement recommandé pour un séjour de 2 jours (illustration n°32) :

1^{er} jour (41 km parcourus) :

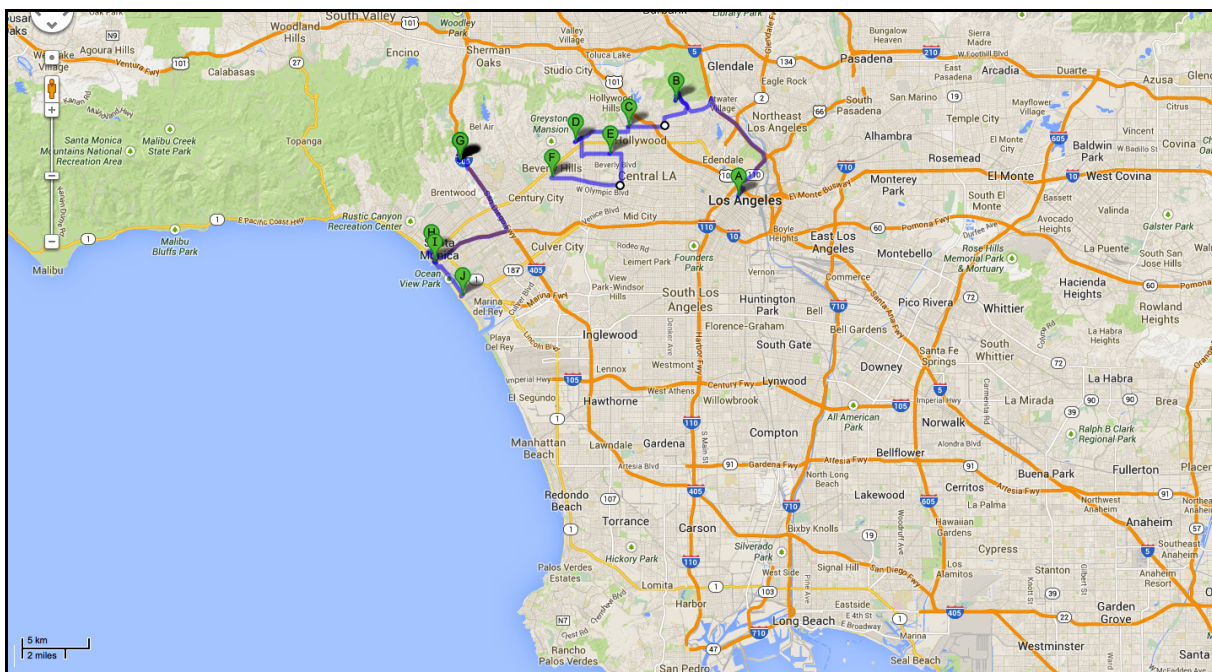
Walt Disney Concert Hall (A); Griffith Park (B); Hollywood Boulevard (C);
Sunset Strip (lunch) (D); Melrose Avenue (E); Rodeo Drive (F)

2^{ème} jour (21 km parcourus) :

Getty Center (G); Third Street Promenade (lunch) (H); Santa Monica Pier (I); Venice Boardwalk (J)

Illustration n°32 :

Carte du parcours du *Rough Guide* pour deux jours à Los Angeles



¹⁵⁵ Le numéro de page atteste bien que cette épreuve du cheminement arrive en tout premier dans la préoccupation des guides, au moins dans le cas de Los Angeles.

Le Rough Guide conseille aussi un itinéraire pour un séjour de quatre jours (illustration n°33) :

1^{er} jour (10 km parcourus) :

Walt Disney Concert Hall (A) ; Museum of Contemporary Art (B) ;
Little Tokyo (lunch) (C) ; Exposition Park (D)

2^{ème} jour (22 km parcourus) :

Griffith Park (E) ; Hollywood bd (F) ; Sunset strip (lunch) (G) ;
Miracle Mile (H) ; LACMA (I)

3^{ème} jour (20 km parcourus) :

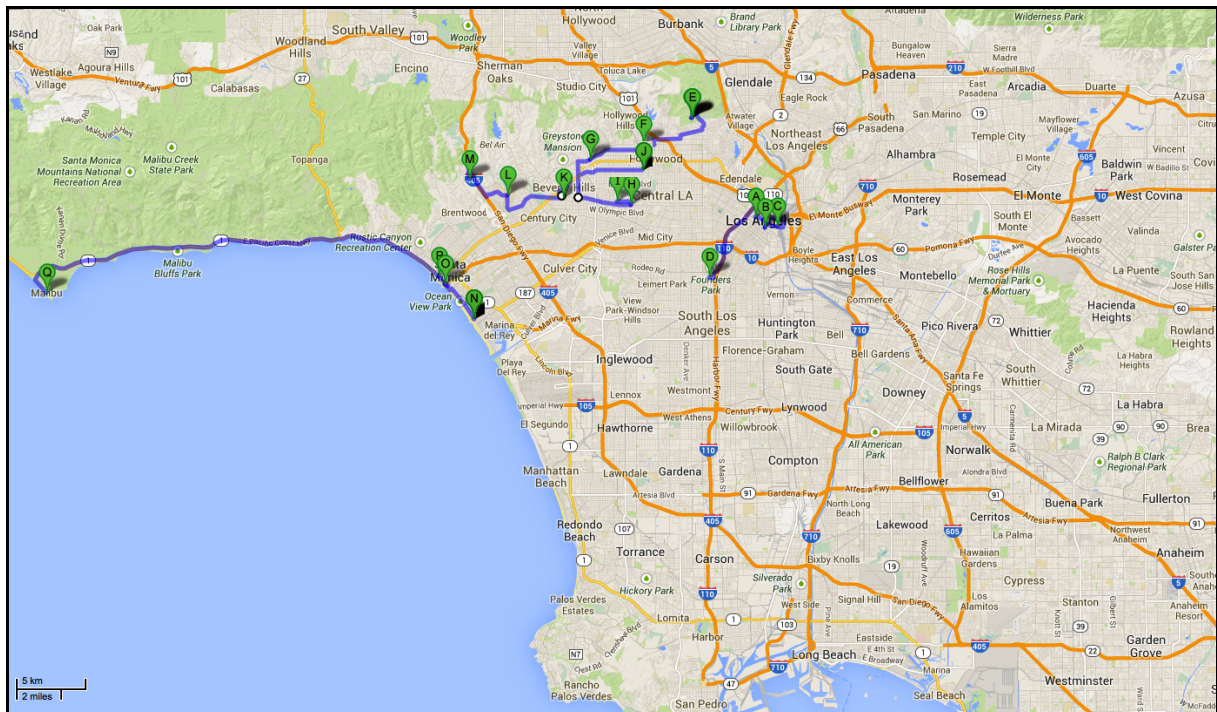
Melrose Avenue (J) ; Rodeo Drive (lunch) (K) ;
Westwood (L) ; Getty center (M)

4^{ème} jour (38 km parcourus) :

Venice Boardwalk (N) ; Santa Monica Pier (O) ;
Third Street Promenade (lunch) (P) ; Malibu (Q)

Illustration n°33 :

Carte du parcours du *Rough Guide* pour quatre jours à Los Angeles



L'itinéraire de deux jours nous informait donc des endroits considérés comme essentiels (en reprenant les *Highlights* repérés ci-dessus) : Walt Disney Concert Hall, Griffith Park, Getty Center et Santa Monica. On peut constater que les itinéraires recommandés pour un séjour de quatre jours s'appuient sur ces mêmes endroits clés, en développant, en « densifiant » pour chaque journée les lieux à voir dans les quartiers proches. On peut s'étonner également que les studios de cinéma (Paramount, Warner Bros) et parcs d'attraction (Universal Studios, Disneyland) ne sont pas présents dans ces parcours, mais ne sont recommandés que pour un séjour de sept jours : le guide ajoute alors trois itinéraires supplémentaires à ceux avancés pour un séjour de quatre jours, avec une journée partagée entre Pasadena et Universal Studio, une journée entamée à Palos Verdes et achevée à Long Beach, et une journée dédiée à Disneyland. Ces sites, qui ont grandement contribué à la réputation de Los Angeles et continuent toujours d'en faire partie intégrante, ne font donc pas partie des lieux à visiter en priorité, ce qui vient en contradiction avec les « highlights » dégagés par ce même guide.

Les itinéraires proposés sont organisés en fonction de la proximité topographique des lieux visités, s'inscrivant dans une logique de limitation des distances parcourues compte tenu de la taille de l'agglomération et de la dispersion des sites. Malgré cela, les guides recommandent des cheminements relativement développés : 10 sites conseillés dans le cas d'un séjour de deux jours (pour un total de 62 km parcourus et une durée cumulée des trajets d'approximativement 1h30), et de 16 sites pour un séjour de quatre jours (90 km parcourus, 2h10 de trajets). Il faut toutefois remarquer que les parcours ainsi proposés, aux tracés linéaires et progressifs, sont tronqués, incomplets, du fait de l'absence d'un élément important, le lieu d'hébergement. Les touristes ne partent pas de « nulle part », le *Walt Disney Concert Hall* n'étant ni le point de départ « absolu » ni le point d'arrivée d'une journée. Cela n'est pas bien sûr sans importance quant à la logique d'organisation du cheminement, mais a une influence sur le nombre de kilomètres parcourus (qui sera sensiblement plus important en ajoutant les trajets aller et retour).

Ainsi, le caractère prescriptif des guides ne se limite pas seulement aux lieux d'une métropole qu'il convient de voir, mais suggère également l'ordre dans lequel il faut le faire. Cet aspect est d'autant plus flagrant lorsque la description du parcours est encore plus détaillée et indique minutieusement les restaurants où il faut s'arrêter et les axes de circulation qu'il faut prendre, et dont le guide *Frommers'* (cf. encart page suivante) en est une illustration particulièrement explicite. Les guides apportent donc une réponse possible à l'épreuve du cheminement à laquelle sont confrontés les touristes. Voyons maintenant quels parcours ces derniers réalisent effectivement à Los Angeles, comment ils organisent leur séjour, comment ils mettent en relation les lieux de cette métropole qu'ils veulent visiter et quelles compétences ils mobilisent pour cela. Cela nous permettra alors notamment d'observer la correspondance ou non des parcours concrètement mis en place par les individus avec ceux avancés par les guides. Si ces derniers ne font office que de suggestion et qu'il est a priori peu probable que les touristes appliquent précisément le parcours recommandé, il est nécessaire de voir si ce sont les mêmes lieux qui sont pratiqués par les touristes et plus encore selon quelle logique.

PARCOURS PROPOSE PAR LE GUIDE FROMMERS¹⁵⁶

In One Day

Start : Corner of Gower Street and Hollywood Boulevard, and walk west **Hollywood Walk of Fame (1)** *On Hollywood Boulevard, between Highland and La Brea avenues, you'll find the* **Grauman's Chinese Theatre (2)** *Stay at Grauman's for the* **Movie Stars' Homes Tour (3)** : Oh, c'mon! You know you want to do it. It's not like you're the only one who feels slightly guilty by paying to peek into the private lives of Tom Cruise, Jennifer Aniston, and Nicolas Cage (hey, nobody forced them to buy a home around Hollywood). Besides, you're already here -- the 2-hour tours leave every half-hour between 9:30am and 5:30pm in front of Grauman's Chinese Theatre. Just buy a ticket at the Starline kiosk in front of you, hop into an air-conditioned minibus, and let the voyeurism begin. Then, take a Break : **Musso and Frank Grill (4)**. After lunch, waddle to your rented convertible red Mustang (you did rent a convertible red Mustang, didn't you?), put in a *Best of the Beach Boys* CD, and slowly cruise the legendary **Sunset Boulevard and The Sunset Strip (5)** *Drive south on the PCH into the big-city beach town of Santa Monica, and park at the* **Santa Monica Pier (6)** *From the pier, walk south to the carnival-like stretch known as* **Venice Beach's Ocean Front Walk (7)** *Pile into the convertible and cruise northeast on Santa Monica Boulevard all the way across town (or take I-10 east to Hwy. 110 north to Hwy. 101 north) to the* **Hollywood Bowl (8)**

In Two Days

Start: **Universal Studios Hollywood and CityWalk (9)**. A visit to Universal Studios Hollywood will accomplish three classic L.A. experiences in one swoop: taking a studio tour, visiting an amusement park, and strolling through an outdoor megamall. Take a Break : **Zen Zone (10)**. *Hop in the convertible, cross over the freeway, turn left on Cahuenga Boulevard, then right onto the famous* **Mulholland Drive (11)** *Head south on I-405, and just a few miles down the freeway on your right side is the exit for the* **Getty Center (12)** and Take a Break at **Getty Center Garden Terrace Cafe (13)**. *Head south again on I-405 (it's rush hour now, so you'll have plenty of time to give your feet and brain a rest), and about a mile down the freeway take the Sunset Boulevard exit. Head east on Sunset until you reach the Sunset Strip and the* **House of Blues(14).**

In Three Days

Start: 5555 Melrose Ave. : **Paramount Pictures (15)**. *Right behind Paramount Pictures on Santa Monica Boulevard is the main entrance to* **Hollywood Forever Cemetery (16)** *For a lunch break, drive about a mile east on Melrose Avenue to La Brea Avenue for a Break at* **Pink's Hot Dogs (17)**. *Drive south on La Brea Avenue for about a mile, then turn right (west) onto Wilshire Boulevard. About 10 blocks down on your right side is* **La Brea Tar Pits (18)**. *Head east on Wilshire Boulevard to the Downtown area, turn left on South Figueroa Street, then right on West 1st Street. At South Grand Avenue between 1st and 2nd streets is the* **Walt Disney Concert Hall (19)**. *Get back on Wilshire Boulevard and head west about 9 miles to Beverly Hills. Just before Santa Monica Boulevard on your right-hand side is* **Beverly Hills's Rodeo Drive (20)** and take a Break at **Il Pastaio (21)**

¹⁵⁶ Pour des questions de format, il ne s'agit que d'un condensé du parcours proposé, avec toutes les étapes mais seulement les commentaires les plus remarquables, auxquels on peut accéder dans leur totalité à l'adresse suivante : www.frommers.com/destinations/losangeles/0014020791.html

5.2. Les parcours effectifs des touristes à Los Angeles

Maintenant, quels sont les parcours effectivement réalisés par les touristes ? Cela nécessite d'explicitier la façon dont les parcours ont été rapportés. Le cheminement n'a pas été établi arbitrairement à partir des lieux que les touristes ont indiqué avoir visités (ou qu'ils projetaient de le faire) lors de leur séjour, mais a été reconstitué en utilisant *google maps*. Ce choix s'explique par le fait qu'il s'agit d'un outil utilisé par les touristes pour préparer leur itinéraire (cela est apparu à maintes reprises lors des entretiens) : nous pouvons donc supposer avoir le même tracé que celui proposé aux touristes lorsqu'ils ont planifié leurs déplacements. Il convient malgré tout d'être conscient de l'existence d'un certain degré d'incertitude par rapport aux cheminements repris ici, et cela pour deux raisons. D'une part parce que cela correspond dans certains cas aux lieux que les touristes envisageaient de visiter après l'entretien : il est possible qu'ils aient changé d'avis ensuite. D'autre part, l'incertitude se situe également par rapport aux axes de circulations effectivement empruntés. Il peut y avoir eu des improvisations, des bifurcations, des détours, que ce soit de façon volontaire – les touristes ont pu prendre des chemins différents à ceux indiqués, notamment lors des « trajets retour », pour découvrir d'autres avenues, passer par des quartiers spécifiques – ou non – ils ont également pu se perdre ou se « tromper » de route. De même, certains parcours ont été adaptés pour être le plus fidèle possible à ce qui a dû se passer, essentiellement par rapport au cheminement en transports en commun : *google maps* ne permet pas – est-ce un indice de l'incitation par ce service à l'utilisation de la voiture ? – d'établir un parcours avec plusieurs étapes successives en transports en commun : de légères modifications ont alors été effectuées à partir des trajets proposés pour la voiture, afin de rendre compte du trajet le plus probable (la plupart des bus n'utilisant pas par exemple les *freeways*).

Il n'est sans doute pas inutile de préciser ici que la réflexion se porte uniquement sur les parcours à l'échelle de l'aire urbaine. C'est donc l'assemblage des différents *lieux* par les touristes au sein de cet *espace* qui constitue le défi de connaissance abordé ici, et non les manières de faire avec de l'espace à l'échelle de ces lieux (nous aurons l'occasion de revenir sur ce problème lors du chapitre suivant, à partir des exemples de deux principaux lieux touristiques)¹⁵⁷. De fait, les étapes recensées correspondent à celles nécessitant l'utilisation de moyens de transports (on constate ici combien la dimension scalaire intervient dans la co-détermination de cette épreuve) : la marche, utilisée par les touristes sur de petites distances, pour visiter les différents lieux répertoriés, n'est pas prise en compte (également pour des questions de lisibilité et de faisabilité). Car l'objectif principal est d'envisager l'agencement touristique réalisé par les pratiques des touristes, l'amplitude spatiale que ces derniers donnent à leur séjour à LA. Nous envisageons pleinement ici alors le problème de savoir comment les touristes investissent la métropole dans son ensemble, comment ils font avec et articulent les différents lieux qu'ils pratiquent. Pour structurer l'argumentation et classer les différentes manières de faire, je formule l'hypothèse qu'il est possible de dégager dans le cas de Los Angeles 3 grands types de « parcours », en fonction de leur « degré de complexité ».

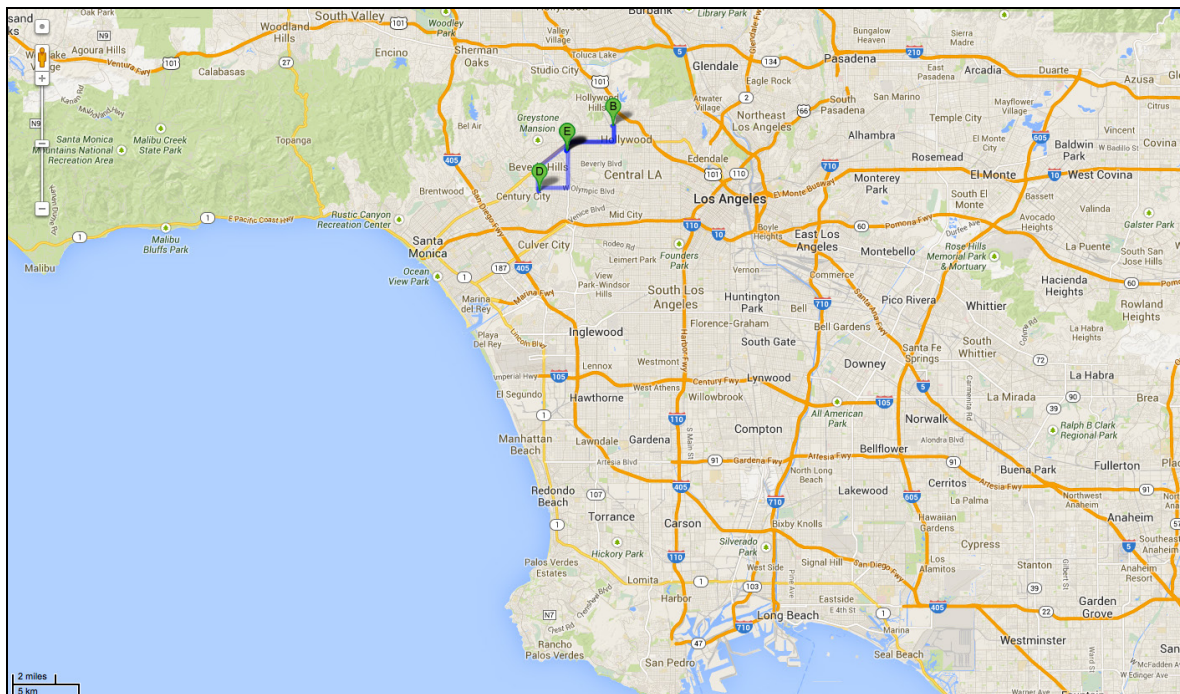
¹⁵⁷ Inversement, je ne m'intéresse pas non plus à l'itinéraire mis en place par une grande partie des touristes (européens) à travers la Californie.

5.2.1. Le « non cheminement »

Par cette expression de « non cheminement », il est entendu par là que les individus effectuent des déplacements très courts, à proximité de leur lieu d'hébergement, et pratiquent un faible nombre de lieux. Il s'agit là d'une situation qui semble assez rare, mais qu'il convient malgré tout de rapporter : deux exemples de ce type ont été rencontrés lors de l'enquête. Le premier est celui de **Tim**, un australien de 43 ans qui est allé skier deux semaines dans le Colorado avec son compagnon. La carte suivante (illustration n°34) permet de donner une représentation cartographique de ce que l'on pourrait appeler le « profil spatial » de son séjour.

Plutôt que de rentrer directement dans leur pays, ils effectuent ainsi une halte de deux jours à Los Angeles. Ils ne connaissent pas le lieu, puisque c'est la première fois qu'ils viennent ici : pourtant, comme Tim l'indique explicitement lors de l'entretien, l'objectif de son séjour est vraiment « to have lazy days (...) we wanted a break and stay 2 days just in the hotel with the pool ». Aussi, de façon conforme avec ce projet de recreation, ils visitent uniquement, à partir de leur hôtel situé à West Hollywood (E)¹⁵⁸, Beverly Hills (B), la veille de l'entretien, et le *Walk of Fame* (D) – l'entretien se déroule sur la passerelle – en utilisant à chaque fois un taxi, ce qui donne à son séjour le « profil spatial » suivant :

Illustration n°34 :
Profil spatial du séjour de Tim

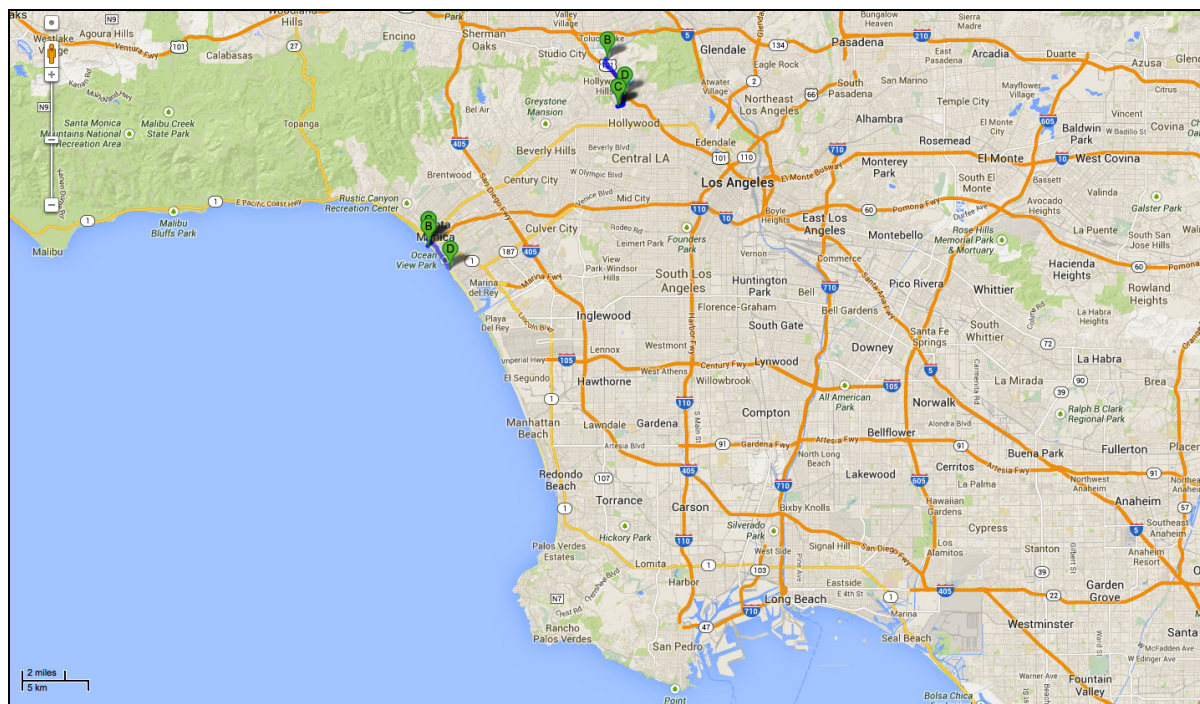


¹⁵⁸ Comme le retour a été intégré pour chaque trajet, la localisation du lieu d'hébergement se retrouve utilisée plusieurs fois : aussi, pour chaque parcours, il correspond à la lettre (ici le « E ») du dernier endroit pratiqué par les touristes ; de même, cela explique pourquoi certaines lettres ne sont pas visibles sur la carte (ici « A » et « C ») : se situant au même endroit, seul le dernier passage est visible.

Le deuxième exemple qui correspond à cette situation est celui de **Jérôme**. Ce suisse (il réside à Sion) de 30 ans, qui a peu l'habitude de voyager, effectue un circuit en Californie dans le cadre de son voyage de noce et Los Angeles est le point de départ et d'arrivée de ce « grand tour ». Par rapport à cette configuration, il choisit de rester à Los Angeles un jour au début du circuit et une autre journée (deux nuits au *Georgian*, un hôtel du front de mer à Santa Monica) à la fin :

- On a fait le début à Hollywood, après on a fait notre périple et en revenant on a été à Santa Monica
- D'accord. Donc les deux premiers jours vous n'êtes pas allés à Santa Monica ?
- Non. Pas du tout.
- Parce que vous saviez que vous repasseriez...
- Oui. On a concentré ce qu'on voulait voir... on n'a fait que des activités dans le nord, on a fait les deux premiers jours. Puis, l'idée des derniers jours c'était plus de faire du repos, plus rester à la plage...
- D'accord. C'était prévu dès le départ donc ?
- Oui.
- Et comment vous aviez prévu ça ?
- On a fait la liste de ce que l'on voulait voir. C'était Universal Studio qui était dans le nord, le Hollywood Boulevard qui était au nord... et on voulait aussi écouter un concert classique dans l'amphithéâtre de Hollywood Bowl... qui était aussi tout au nord. Donc comme tout était centré là on a pris un hôtel là-haut.
- (...)
- Pour le Hollywood Boulevard, on savait qu'on ne voulait pas louper, mais les studios de cinéma c'est le bouche à oreille.
- Donc c'est vos amis qui vous ont dit lequel aller voir... parce qu'il y en a plusieurs des studios de cinéma : Warner Bros, Paramount, Universal...
- Ouai... parce que eux ont été voir celui-là... donc... *je savais même pas qu'il y en avait d'autres.*
- Et, pour le concert, comment avez-vous eu cette idée ? Ce n'est pas un lieu très connu !
- C'était un peu un hasard. J'ai vu qu'il y avait... *quand on regarde les cartes on voit ce gros amphithéâtre là...* Et je ne sais plus comment j'avais vu qu'il y avait l'ouverture de la saison. Ma femme et moi on fait beaucoup de musique, donc on s'intéresse à ça... On s'est dit que ça serait sympa d'aller voir un concert une des deux fois. Et puis là j'ai regardé.. le premier soir qu'on était là, il y avait l'ouverture de la saison musicale, donc ils faisaient un gros concert avec la 9e symphonie de Beethoven en entier avec un chœur... Il y avait ce concert, et puis quand on devait être à Santa Monica il y avait un autre concert qui nous intéressait plus, une musique plus sympa, Tchaïkovsky, des russes,... *on aurait préféré ce concert mais vu qu'on était à Santa Monica qui était à l'opposé de la ville, donc on s'est dit autant y aller quand on est à 20 minutes à pied que quand on est à 1h en voiture.*
- D'accord !
- (...)
- Et pour le retour, ... soit on revenait au même endroit, mais comme on a fait tout l'été sans faire du tout de plage, on s'est dit que c'était sympa de finir par quelque chose de plus calme, qu'on puisse se reposer un peu et rester à la plage dans la journée.

Illustration n°35 : Profil spatial du séjour de Jérôme



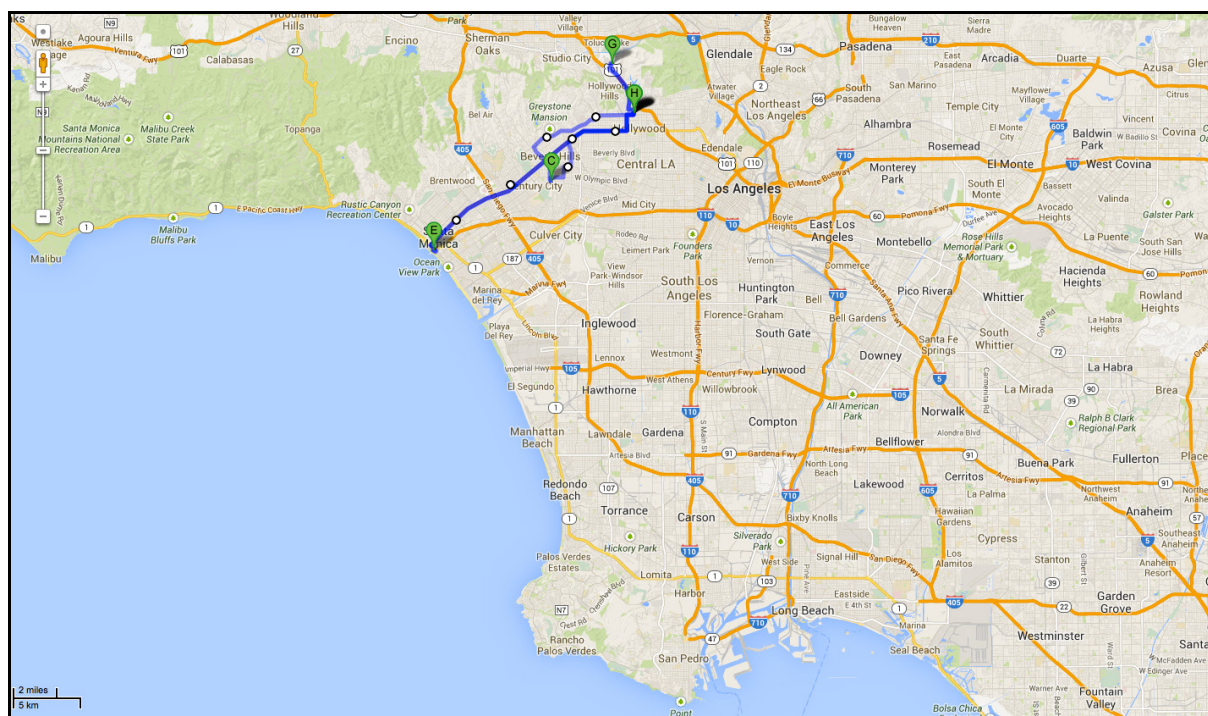
L'expérience de Los Angeles se partage donc en deux pôles distincts pour ce couple : l'un centré sur Hollywood, où ils arpentent le *Walk of Fame* à partir de leur hôtel, le *Magic Castel* (E), visitent Universal Studios (B) jusqu'en milieu d'après-midi et assistent le soir à un concert au *Hollywood Bowl* (D); l'autre se situe au niveau de Santa Monica et du *Georgian hotel* (I), situés à deux pas de la *Third Street Promenade* et du *Pier* (G) sur lesquels ils se promènent le matin avant de marcher jusqu'à Venice Beach (H) dans l'après-midi. Il ressort explicitement ici que le séjour à Los Angeles est organisé de façon à effectuer le moins de déplacements possible, quitte à se priver du concert auquel ils accordaient leur préférence. C'est tout autant la taille de Los Angeles que la gestion des métriques qui posent problème à ces touristes et déterminent leur manière de faire avec de l'espace. On peut mettre cette difficulté à gérer les distances de leur part sur une faiblesse tant en termes de compétences techniques (ils ne se sentent pas « à l'aise » pour conduire à Los Angeles – nous reviendrons plus en détail sur ce point pour leur cas dans le chapitre X), qu'en termes de compétences cognitives, car il existe des navettes permettant d'accéder (pour une dizaine de dollars par personne) à Hollywood Bowl depuis Santa Monica le jour des concerts¹⁵⁹. Cette faiblesse des compétences cognitives se remarque aussi par exemple lorsqu'il dit ne pas savoir qu'il était possible de visiter d'autres studios de cinéma (de la même façon qu'il ne savait pas qu'il y avait un Disneyland au sud de l'agglomération). Il s'agit pourtant d'une faiblesse que l'on pourrait presque qualifier de sélective dans la mesure où, dans le même temps, ils effectuent une pratique rare, concernant leur centre d'intérêt principal qu'est la musique (et pour laquelle il mobilise la compétence technique qu'est la lecture fine d'une carte).

¹⁵⁹ Il est donc possible de compenser une faiblesse des compétences techniques par un développement plus conséquent des compétences cognitives.

5.2.2. Les « excursions quotidiennes »

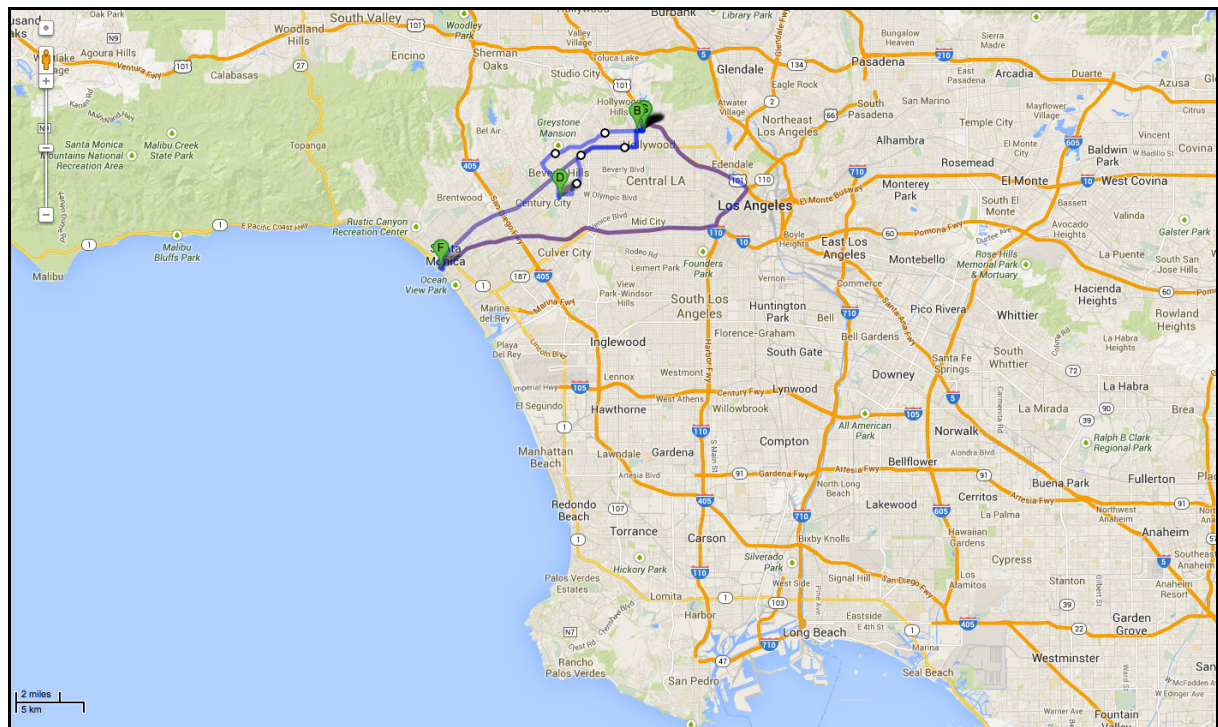
Il serait presque possible d'intégrer dans la première catégorie **Sujin** (une sud-coréenne – Séoul – de 21 ans) qui passe une grande partie de son séjour de quatre jours à Los Angeles dans un périmètre restreint, à proximité de son auberge de jeunesse, *USA Hostel Hollywood* (H) : toute la première journée (8am~10pm) de son séjour est consacrée à Universal studio (B). La deuxième journée est balnéaire : elle va en bus jusqu'au *Pier* de Santa Monica (E), puis marche sur la promenade le long de la plage, l'*Ocean Front Walk*, jusqu'à Venice Beach, fait un tour au niveau des canaux et retourne à son auberge en bus. Elle passe la matinée de la troisième journée à Beverly Hills (où elle s'est rendue en bus) et marche au niveau de la partie centrale du walk of fame (« Kodak theater, Chinese theater, shopping mall, etc. »). Lors du quatrième jour, Sujin effectue un tour dans un van touristique pour voir le Hollywood Sign le matin et passe à nouveau son après-midi sur le walk of Fame (« shopping, El capitan Theater »).

Illustration n°36 :
Profil spatial du séjour de Sujin



On peut ainsi constater que cette touriste, dont on peut évaluer le capital spatial comme étant « moyen », pratique à Los Angeles un nombre de lieux différents assez restreint par rapport à la durée de son séjour. Cela semble dû à une faible maîtrise des métriques qui sont à sa disposition : ainsi, elle va à Universal Studio (situé pourtant à une station de métro de son hôtel) par une agence de voyage coréenne et revient en taxi (elle utilise également un taxi pour aller à l'aéroport) : elle compense un capital spatial relativement faible par une mobilisation de son capital économique. Sa réponse à la question de savoir s'il est aisé pour elle d'utiliser les transports en commun n'est pas étonnante : « no ! Before I take a bus, I searched a lot on the internet, I saw all the maps and rides ». Cela constitue un frein à une pratique plus conséquente

de l'espace urbain : « while I stayed in Los Angeles I wanted visit Getty Center but it was too far to get there from my hostel. I just used public transportation so it was hard to get there, I couldn't go ». De même, voici son explication, lorsque je lui demande pourquoi elle n'est pas allée à Downtown : « Because I didn't want to go far from my hostel, because I'm travelling by myself so the priority is on my safety so I stay around here. » Le même type de pratique de la métropole est réalisée par **Keredin**, 26 ans.



- Donc ça aura été trois jours à peine...
- Quatre jours !
- Et vous avez fait quoi les deux jours précédents ?
- En fait ouai, je te dis quatre jours, mais on est arrivé en fin d'après-midi, on était cassé, donc on a fait un tour vite fait... on s'est couché. Après... heu... le deuxième jour, on a fait quoi... ? Heu... pareil, le deuxième jour on a visité un peu comme ça ! Après, hier on a fait...
- Vous avez visité un peu comme ça quoi ?
- Nan mais pareil...
- Hollywood Boulevard ?
- Ouai voilà ! Hollywood Boulevard, on n'a pas fait grand-chose... (...) Notre programme c'était les studios mais je n'ai pas voulu y aller, car c'était très cher et je m'attendais à ce que ce soit un musée, alors qu'en fait c'était un parc, après j'ai un peu regretté car ils m'ont donné l'eau à la bouche. Je pensais que c'était

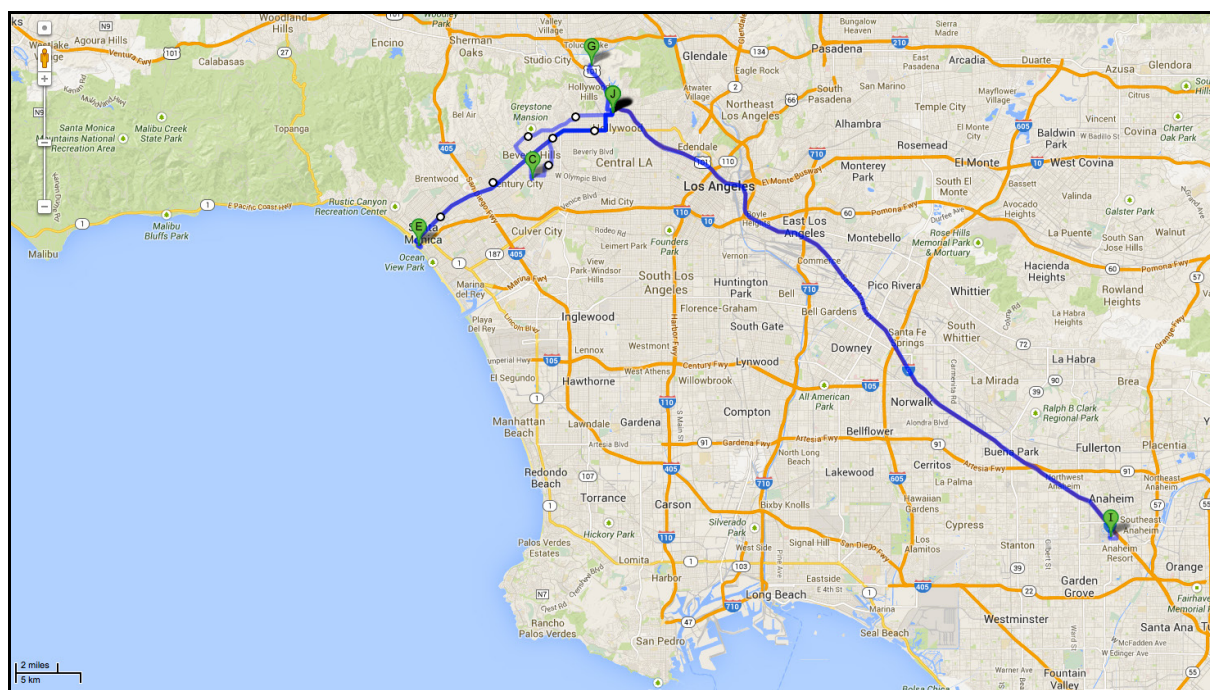
plus une visite des plateaux des films alors qu'en fait c'est un parc d'attraction avec le 3D et les films...

On note ainsi dans cet extrait qu'il ne se souvient pas précisément du programme des jours précédents, dénotant une expérience peu mémorable de l'aire urbaine, qui semble s'être essentiellement focalisée sur Hollywood, autour du *Motel 6* (B) – où se déroule l'entretien –, avec un tour dans un van touristique (D) et une journée passée à Santa Monica (F) où ils devaient se rendre juste après l'entretien. Cela donne un profil spatial également peu développé pour un séjour de 3 jours. C'est la configuration spatiale de Los Angeles, son urbanité, qui semble constituer une altérité trop importante pour Keredin :

- Vous avez marché une partie de la journée sur Hollywood ?
- Oui, mais je ne me sens pas à l'aise. A Las Vegas je me promenais tout seul, et New York c'est différent. Là-bas j'aime la mixité, si tu vas dans un bar ils parlent dans toutes les langues et c'est un endroit mythique, c'est très beau la nuit aussi visuellement. (...) Dès qu'on est arrivé ici, je ne me suis pas senti très à l'aise...
- A Los Angeles ?
- Je sais pas, les gens sont bizarres, il y a beaucoup de gens bizarres. (...) Oui, en fait je me sens mieux dans l'hôtel, *c'est une sorte de refuge*. A New York les gens sont abordables, tu peux leur demander un renseignement. Ici les gens sont fermés. (...) En France on entend toujours parler d'Hollywood, Beverly Hills... moi j'ai été déçu d'Hollywood Boulevard, je m'attendais à quelque chose de beaucoup plus classe, là on dirait qu'il y a beaucoup de gangs... j'ai entendu d'autres personnes qui disaient la même chose aussi. Il y a plein d'endroits où on ne peut pas aller, la nuit c'est dangereux.

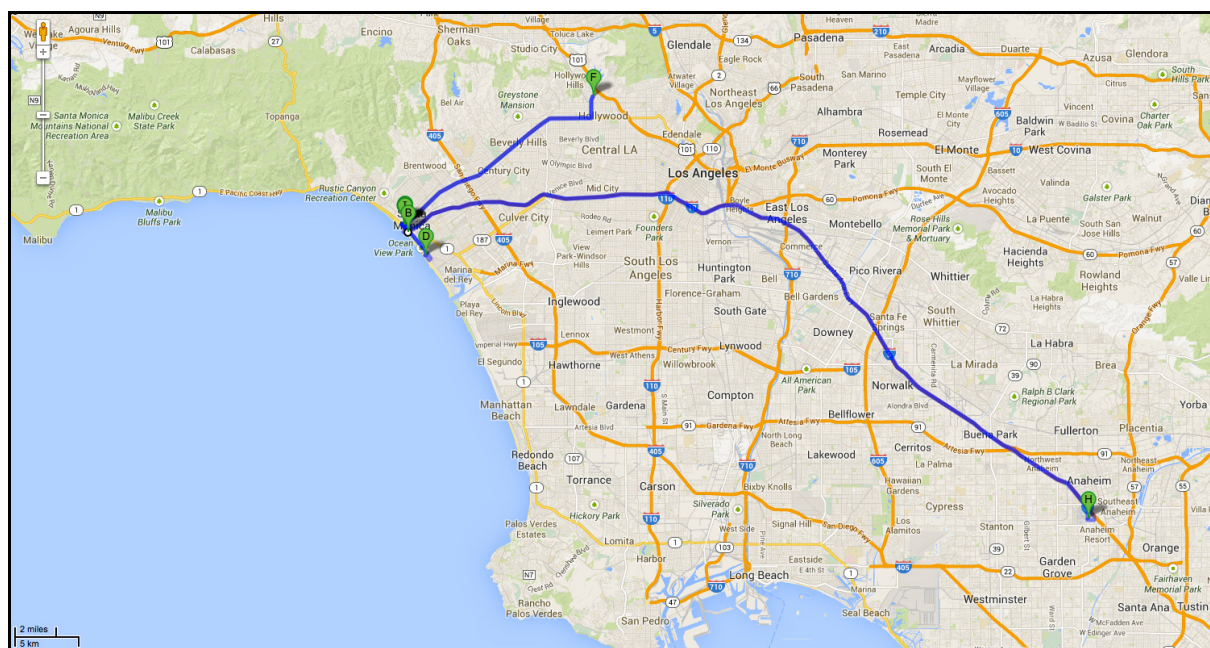
Une certaine réserve par rapport à Los Angeles transparaît aussi du parcours de **Cathy**, 27 ans, de Brisbane, qui voyage avec une amie et sa sœur. Hébergée au Motel 6, au cœur du walk of fame (J), elle visite Beverly Hills (B) à partir d'un bus touristique, Santa Monica (E) – mais pas Venice Beach, « faute de temps » –, et surtout les parcs d'attraction, Universal Studio (G) et Disneyland (I), qui occupent une place prépondérante au sein de leur séjour. Pour cela elle a recours aux transports publics et surtout à des navettes privées (pour aller à l'aéroport ou pour aller à Disneyland par exemple), parce qu'elle roule beaucoup dans son quotidien et souhaite se reposer pendant ses vacances selon l'explication qu'elle avance, mais on peut également faire l'hypothèse que, derrière cette justification, ce choix s'explique aussi du fait que la conduite est inversée par rapport à l'Australie et que ce changement serait trop compliqué à gérer, le « coût d'entrée » étant trop important pour une si courte période.

Illustration n°38 : Profil spatial du séjour de Cathy



Cette appréhension par rapport à Los Angeles, que l'on a pu constater pour les deux précédents touristes, n'est pas partagée par **Kerry** un étudiant sud-africain de 23 ans qui séjourne 5 jours à l'auberge de jeunesse de Santa Monica (I).

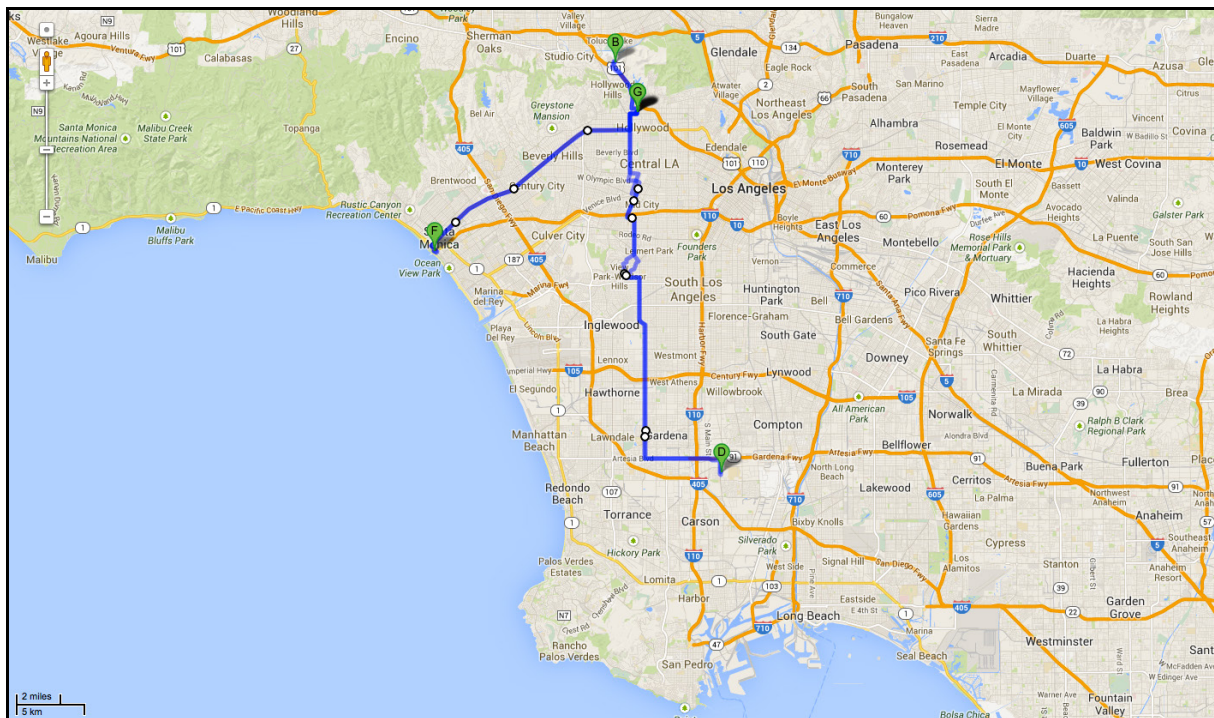
Illustration n°39 : Profil spatial du séjour de Kerry



Néanmoins sa pratique de l'agglomération reste assez peu développée spatialement : il passe tout le premier jour à surfer à Santa Monica (B) et le deuxième à se promener en direction de Venice Beach (D). Il profite du troisième jour pour découvrir le Walk of Fame (F) et a prévu d'aller à Disneyland le lendemain (H). Cette manière de faire relativement restrictive (pour un séjour d'une telle durée) avec l'agglomération ne résulte pas d'une incapacité de Kerry de maîtriser l'espace urbain – « (for Disneyland) I'm taking a bus, it's really long like 3 hours but it's not a problem for me » – mais coïncide à un projet de recreation, avec un discours de justification qui ressemble à celui de Tim : « I came here to have a holiday, wake up late, because I've been working for 2 months, so it's a little bit like chill, get some sun, warm ».

Si l'objectif d'**Al Saad** (20 ans, originaire d'Arabie Saoudite mais installé à Oklahoma pour ses études) et de ses deux amis n'est pas de se reposer, ils développent eux aussi une pratique très ciblée de l'espace urbain : Al Saad confie ne vouloir aller ni à Downtown, ni à Beverly Hills, ni par exemple faire un tour en bus touristique, « because we know exactly where we want to go ». En effet, s'il est à Los Angeles, c'est pour une pratique spécifique : assister à un match de football entre le Real Madrid et LA Galaxy. C'est donc avant tout pour cela qu'ils sont venus à Los Angeles, et leurs excursions d'un jour à Santa Monica (F) pour la plage et à Universal Studio (B) viennent compléter leur expérience de la métropole, au même titre que la découverte du walk of fame (G), à proximité duquel ils ont choisi leur hôtel (le Motel 6).

Illustration n°40 :
Profil spatial du séjour de Al Saad



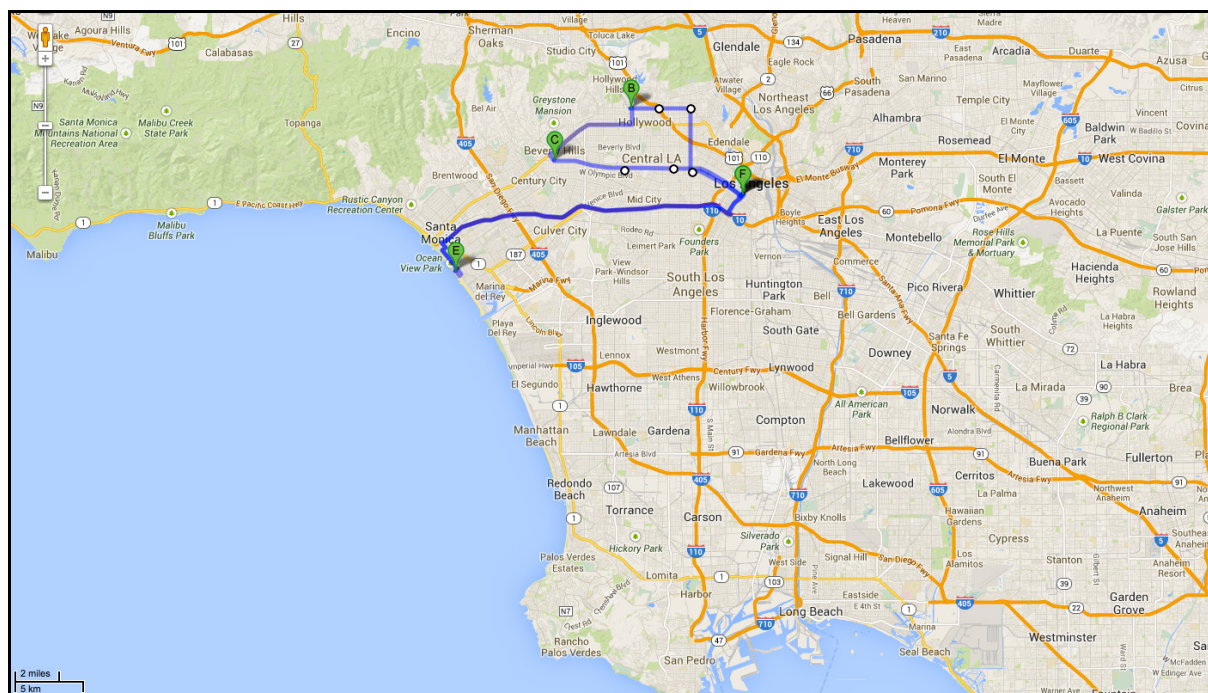
Le principal motif de leur séjour est ce match et la localisation du stade de football (D), ni le fait d'utiliser les transports en commun pour y aller ne leur pose problème. Car s'il ne souhaiterait pas vivre à Los Angeles (« It's too crowded (...) I don't like that because I come from a quiet and small town »), ce différentiel d'urbanité entre son lieu de résidence et Los Angeles n'est pas un problème, du fait du capital spatial élevé dont il dispose malgré son jeune âge, grâce à une expérience des agglomérations états-uniennes (il précise être allé notamment à Dallas et à Orlando) et d'autres à travers le monde (« Hong Kong, Malaisia, Egypt, and a lot of Arab countries ») : cela ne leur fait pas peur de « s'aventurer » dans cette partie de Los Angeles. Ce d'autant plus que leurs compétences sont renforcées par la mobilisation d'équipements : « we have a map and we use the iphone (...) it's very important. It helps us a lot. It tells us exactly where to go. I never go somewhere without my iphone. I have everything on there. »

Ces différents cas montrent à chaque fois des séjours et une pratique de la métropole qui s'organisent autour d'excursions quotidiennes très ciblées, selon une logique que l'expression « one shot and face go back » pourrait très bien servir à résumer. Cela se traduit cartographiquement par des itinéraires assez simples, avec relativement peu de lieux pratiqués malgré un nombre de jours passés à Los Angeles parfois conséquent.

5.2.3. Des itinéraires « développés »

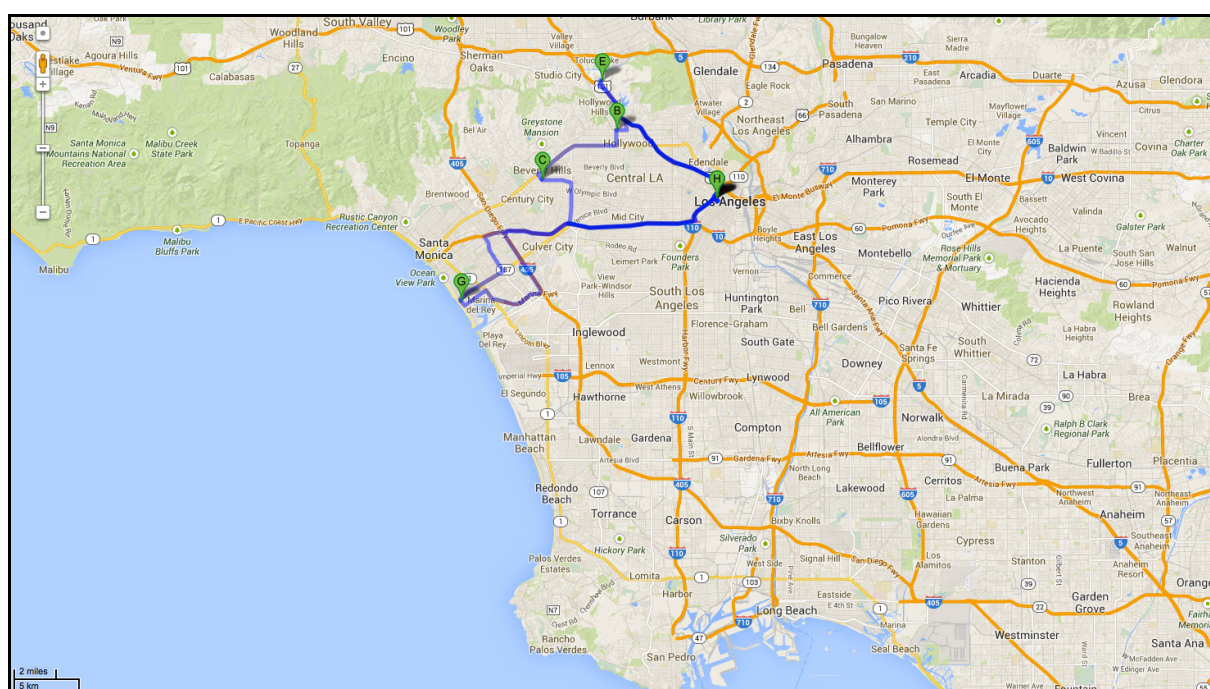
Jan et ses deux amis néerlandais ne restent que deux jours à LA, à *Downtown* (F) « because it was central and it was cheap ».

Illustration n°41 :
Profil spatial du séjour de Jan



Ils ont profité du fait que leur hôtel soit à deux pas du *Staples Center* pour aller voir un match de basketball, et comptaient également passer en fin de journée au *Walt Disney Concert Hall*. La première journée est consacrée à voir le Walk of Fame (B) puis Beverly Hills (C), l'autre Venice Beach (E), lieux qu'ils rejoignent avec les transports en commun. En effet, s'ils ont effectué une traversée de la Californie depuis San Francisco en voiture, ils l'ont laissée à leur arrivée à Los Angeles « because *here* you can travel with the subway, it's cheap, if you have a car you have to pay the parking, it costs money ». Mais comment les touristes mettent-ils en place leurs parcours ? **Marc et Amélie**, des touristes suisses (de Lausanne et Genève) de 33 et 25 ans qui commencent leur tour de Californie en restant trois jours à Los Angeles, nous donnent une description de leur façon de procéder pour développer un itinéraire à travers la métropole :

Illustration n°42 : Profil spatial du séjour de Marc et Amélie



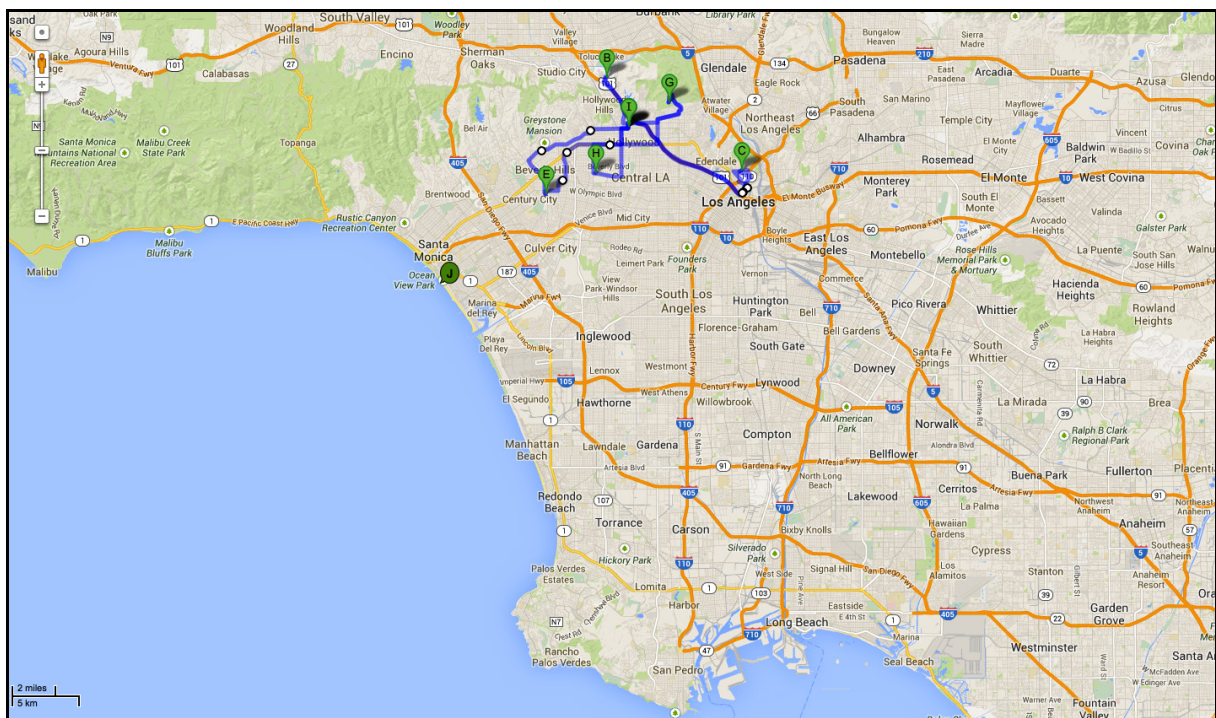
On a d'abord cherché chacun de notre côté, puis *on a acheté des guides pour voir la sélection de ce qu'il faut absolument faire*. Ce matin on s'est penché sur les guides et on a décidé par rapport à ce qui nous intéresse. *On s'inspire des guides et ensuite on fait notre choix par rapport à nos envies*. Ensuite on peut faire des variations de parcours mais c'est important d'avoir une ligne directrice.

(...)

On s'est intéressé aux zones qu'on avait envie de visiter et on a positionné ça sur un plan. On définit les endroits plus ou moins localisés. C'est une optique d'optimisation du transport. On reste 3 jours sur place donc si on veut voir des choses on est obligé de s'intéresser à ce qu'on doit faire. *On ne peut pas arriver dans une ville comme LA en se disant qu'on va flâner*. Là on a fait Hollywood Boulevard, pas en entier mais on en a vu une partie (...) (Los Angeles) est une ville mythique de par le ciné, les séries télé, mais une fois sur place ça n'a pas la même aura. Je n'y serais pas à l'aise pour y passer plus de 2 jours. J'attends aussi de voir les plages mais ici 1 ou 2h ça suffit.

Etablir un cheminement à travers une métropole nécessite donc la mobilisation de compétences pour mener à bien le projet de récréation en s'adaptant à la configuration particulière de l'aire urbaine et nécessite une préparation certaine. Ils ont recours pour cela à des équipements, ici un (ou plusieurs) guide, dont l'importance est certaine pour la qualité du séjour pour ces touristes (comme pour de nombreux autres), en participant au développement de cette logique d'« optimisation des déplacements » (précisément conseillée par les guides comme nous avons pu le constater précédemment). Suivant ce « *modus operandi* » ils visitent ainsi le matin de la première journée le *walk of fame* (B) – où se déroule l'entretien – avant de poursuivre sur Beverly Hills (C) l'après-midi. La journée du lendemain était réservée à Universal Studios (D), et la 3ème journée à Venice Beach (G). Et si leur hôtel est situé à Downtown (H), ils n'ont qu'une pratique sommaire de ce quartier : « on y est déjà passé hier soir, on est allé voir le Staple Center ». On retrouve explicitement ce souci de limiter les déplacements dans le parcours d'**Almorena et Alberto** deux espagnols (Bilbao et Madrid) de 24 ans qui effectuent également un tour de la Californie en voiture.

Illustration n°43 : Profil spatial du séjour d'Almorena et Alberto



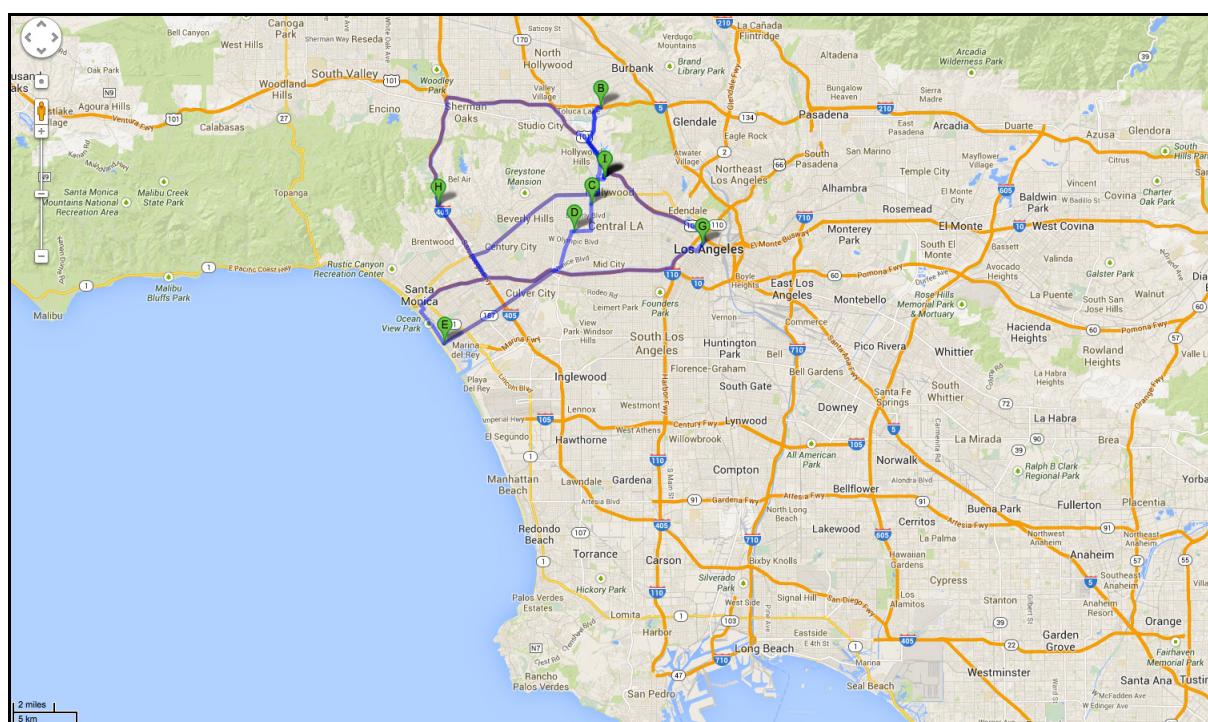
Pour cela, ils ont choisi, avec un raisonnement identique à celui de Jérôme, de décomposer en deux étapes leur expérience de Los Angeles : un séjour de quatre jours au Motel 6 (I), où se déroule l'entretien, au début du circuit, et quatre jours supplémentaires, à la fin de leur circuit, avant le retour, à Santa Monica (J), « because we want to relax for the last three days on the beach, we are not gonna do a lot of things ». Ils ne s'y rendent donc pas lors de leur premier séjour mais se concentrent sur la pratique des lieux situés à proximité. Ils visitent ainsi Universal Studio (B) le premier jour avant d'assister en fin de journée à un match de baseball au *Dodgers Stadium* (C) – « It's something typical from here, we can't see in Spain » –. Le deuxième jour, ils déambulent le matin sur le *walk of fame*, à pied depuis l'hôtel, puis prennent un van

touristique pour découvrir Beverly Hills (G) l'après-midi. Le troisième jour, il vont au Griffith Observatory (G) avant de se rendre au Farmer Market (H).

Cet impératif de minimiser les déplacements n'est pas du tout une préoccupation par contre pour Valentine et Ludovic un couple (23 et 24 ans) du Sud de la France, mais qui vivent depuis un an en Caroline du Nord. Après un tour de la Californie, ils restent deux jours à Los Angeles avant de repartir pour la France :

On a vu le *Walk of Fame* dimanche soir à notre arrivée. Hier on a fait le *Warner Bros Studio* (B), on voulait faire l'Universal mais c'est hors de prix. (...) Ensuite on a mangé à *Pinks Hot Dog* (C), on a visité un musée d'art, le *LACMA* (D) pour l'expo de Tim Burton, je l'ai découverte par hasard, dans une brochure dans l'avion. Ensuite on est allé à *Venice Beach* (E), on y est resté de 16h30 à 20h30. On voulait aller à Santa Monica, mais on était fatigué alors on a bifurqué directement sur Venice Beach. On a pris l'apéro et regardé le coucher de soleil là-bas. Aujourd'hui on va aller au *Walt Disney Concert Hall* (G) et au *Getty Center* (H). Il paraît que c'est à voir, ils ont acquis des tableaux de Van Gogh.

Illustration n°44 : Profil spatial du séjour de Valentine et Ludovic

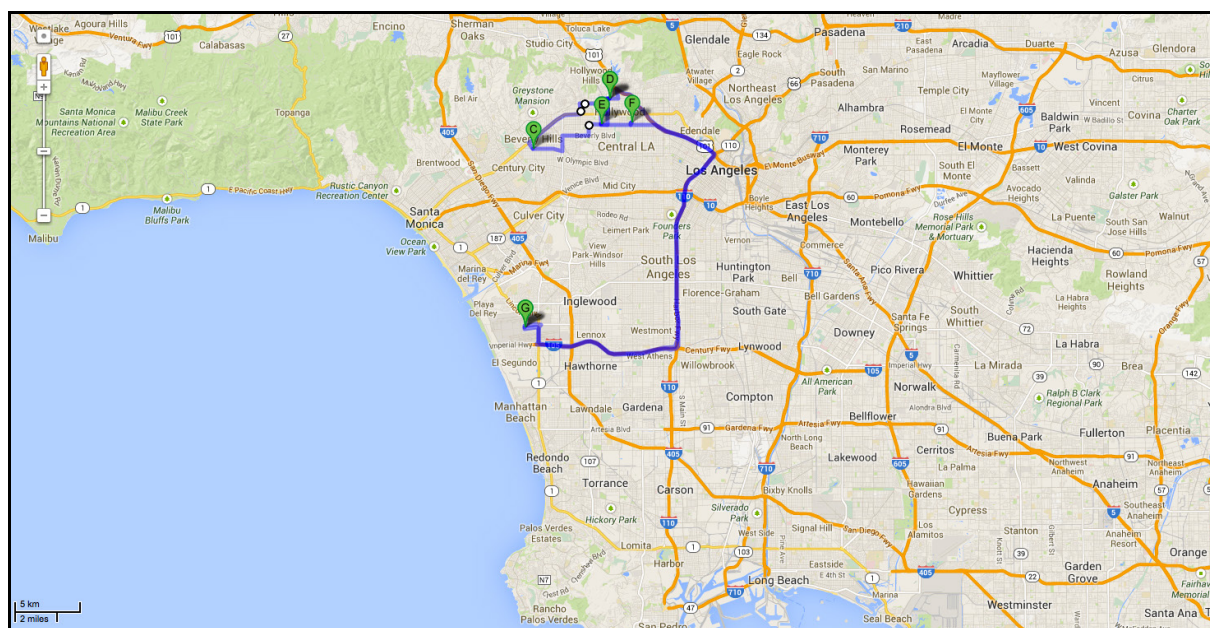


Cette façon de faire avec de l'espace est rendue possible par un capital spatial élevé, composé déjà par une habitude au contexte culturel, au mode de vie américain : « ça fait un an que je suis ici donc je me suis habitué ». Cela s'accompagne de compétences cognitives importantes : ils sont précisément renseignés sur ce qu'il y a à voir à Los Angeles (ils ont réservé leurs billets pour Warner Bros trois semaines avant leur séjour), même les expositions temporaires. Cela leur permet de profiter au maximum des ressources de Los Angeles, qu'ils pratiquent en en valorisant

les attributs métropolitains classiques. D'autre part, ces connaissances sont rendues effectives grâce à leur capacité technique : les déplacements ne les dérangent pas, même pour faire un détour afin de déjeuner dans un fast food réputé (dont il est fait mention dans les guides).

Pinks est d'ailleurs le point commun avec le parcours (projeté) par un utilisateur de Tripadvisor¹⁶⁰ qui se surnomme **Swdke**, un homme âgé entre 35-49 ans résidant dans l'Ohio selon les informations du profil.

Illustration n°45 : Profil spatial du séjour de Swdke



Il a une idée très précise du programme qu'il souhaite réaliser durant sa courte escale à Los Angeles :

« I have an afternoon flight out of LAX (G), but wanted to do some tourist stuff. Taking my Mom on a holiday, said she wanted to take a tour of Hollywood (D). I asked specifically what she wanted to see, and all she can think of is movie star homes. But, wants to see other stuff too. She's been to California and LA a good number of times, so I am not sure why she can't figure out what else she wants to see. Anyhow, I figured maybe take the Starline 2 hour movie star home (C). After the tour, have a quick lunch at Pinks (E). Then, head to Paramount Studios (F) for a studios tour at 1 pm. After the tour, then head back to airport. (...) Although my flight is not till 8 pm, as I said, I want to be at the airport counter by 5 pm, and I am a little concerned about the traffic that time of day. I'll have a rental car which I need to return and take the rental shuttle to the airport. If I depart Paramount studios around 3:15 pm, and

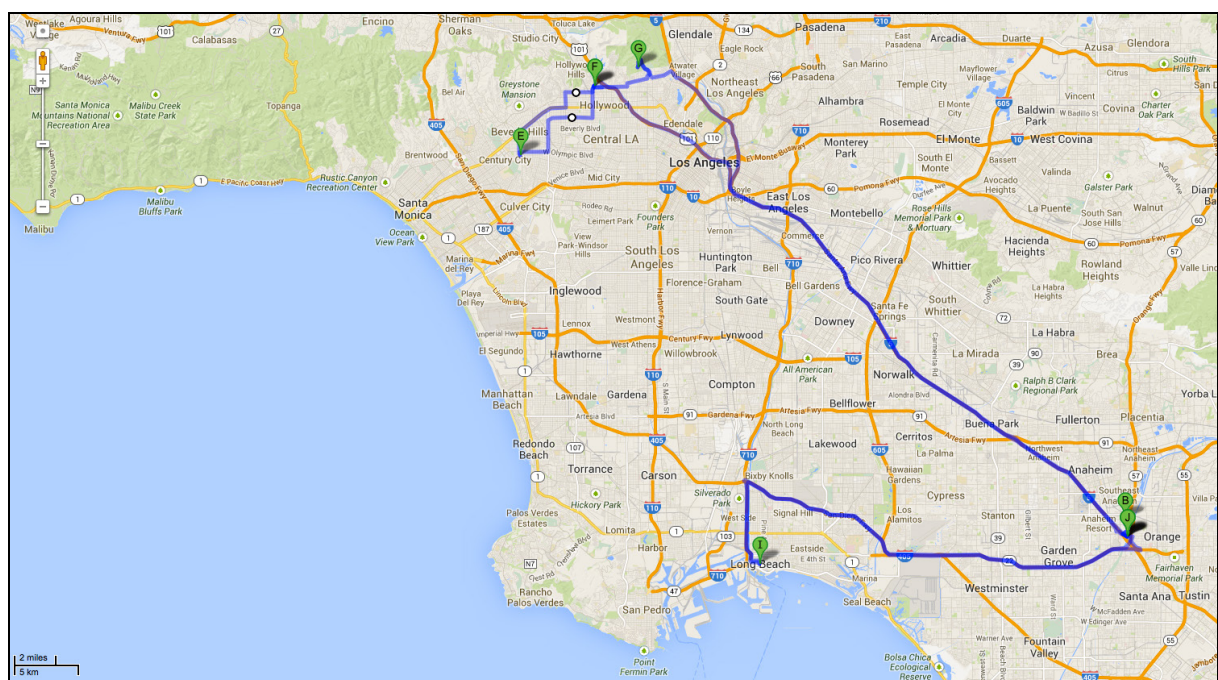
¹⁶⁰ Le sujet, "Starline Movie Stars Homes Tour", datant du 29 septembre 2008, est disponible à l'adresse suivante: [www.tripadvisor.com/ShowTopic-g32655-i61-k2281762-Starline Movie Stars Homes Tour-Los Angeles California.html](http://www.tripadvisor.com/ShowTopic-g32655-i61-k2281762-Starline_Movie_Stars_Homes_Tour-Los_Angeles_California.html)

need make my way to LAX, drop off the car, do you think I should be okay to be in the terminal by 5 pm ? »

Comme il est possible de le constater à travers l'extrait, Los Angeles est une métropole qu'il a déjà pratiquée à plusieurs reprises : il s'agit donc d'un lieu qui n'est plus tout à fait inconnu pour ce touriste. Cela reste malgré tout un lieu qui n'est pas familier, qui ne fait pas partie de son quotidien, comme le prouve sa démarche de prendre des renseignements sur ce forum, et son hésitation par rapport aux distances-temps et à la faisabilité de son projet. Cette familiarité relative avec l'aire urbaine ainsi qu'avec le contexte sociétal américain, cumulée à ses compétences à la fois cognitives (connaître l'existence du restaurant et du studio de cinéma) et techniques (pourvoir assumer la logistique de la location de voiture et la conduite) nécessaires lui permettent de réaliser, par lui-même¹⁶¹, un parcours relativement développé en seulement quelques heures.

Vigay, la quarantaine, est aussi américain ; il réside dans le New Jersey et pour lui non plus ce n'est pas le premier séjour à Los Angeles (ça l'est par contre pour des membres de sa famille avec lesquels il voyage).

Illustration n°46 : Profil spatial du séjour de Vigay



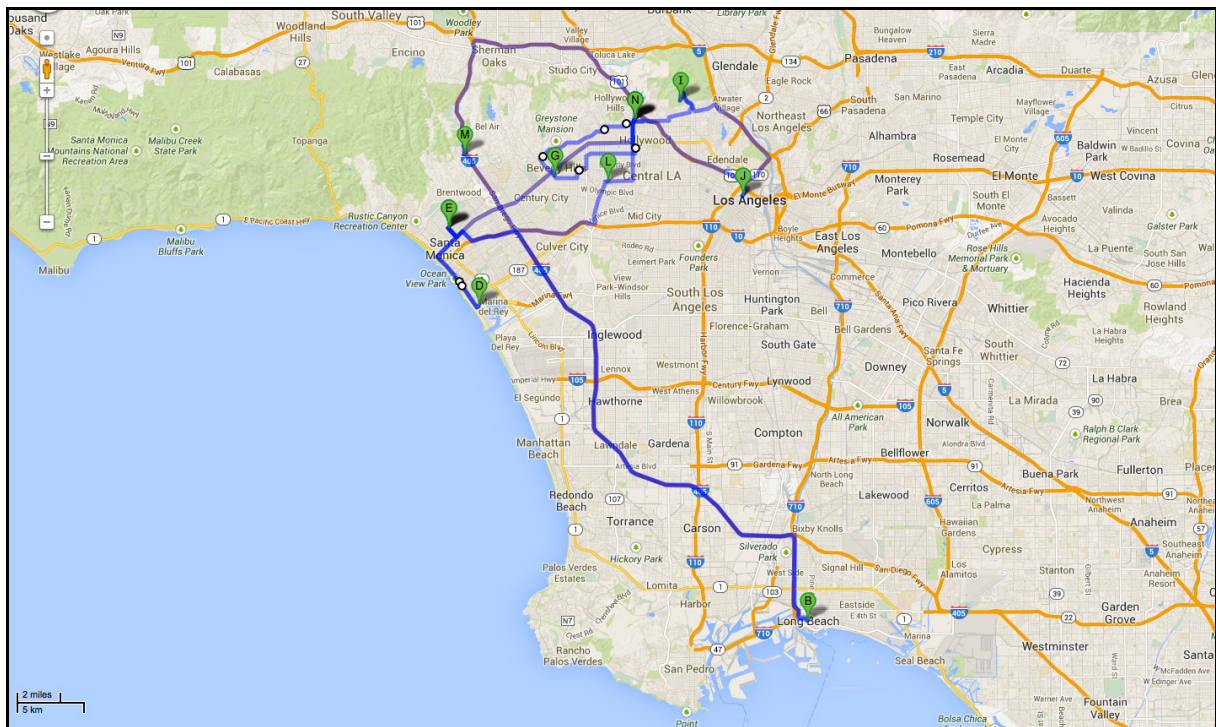
S'il apprécie Los Angeles pour le climat notamment, l'urbanité de la métropole est malgré tout contraignante pour lui : « It's difficult to park. In New Jersey we don't live in a city like this. Here it's a big city like NY. It's nice to visit but not to live here ». L'un des principaux motifs de leur pratique est d'assister à des matchs de Baseball. Le choix d'un placement, en termes d'hébergement, dans un hôtel à Anaheim (J), à proximité du stade des Angels (B), est cohérent

¹⁶¹ Je renvoie à la description du parcours de Paul-Henri (cf. chapitre X) pour envisager une manière différente de faire avec de l'espace et de cheminer à travers l'agglomération dans une situation similaire lorsqu'on ne connaît pas l'agglomération et que l'on n'est pas américain.

avec la réalisation de son projet de récréation. Parallèlement, excepté les matchs de baseball (ils avaient assisté à un match la veille de l'entretien et comptaient y retourner les jours suivants), ils ne savent pas trop ce qu'ils vont faire de leur six jours à Los Angeles, ils n'ont pas vraiment prévu leur séjour (et ne disposent pas de guide touristique). Sur le walk of fame (F), ils effectuent un tour (E) dans un van touristique « because we don't want to walk, the distances are long (and) because we don't know the address of all the movie stars ». Le Griffith Observatory (G) et une journée à la plage à Long Beach (I) étaient les éventuelles futures étapes évoquées spontanément, moins le fait d'aller à Disneyland, pourtant à proximité du stade de baseball.

Les parcours peuvent être encore plus fournis comme par exemple celui d'**Elise**, 25 ans, qui vient de Paris et voyage seule à travers les Etats-Unis.

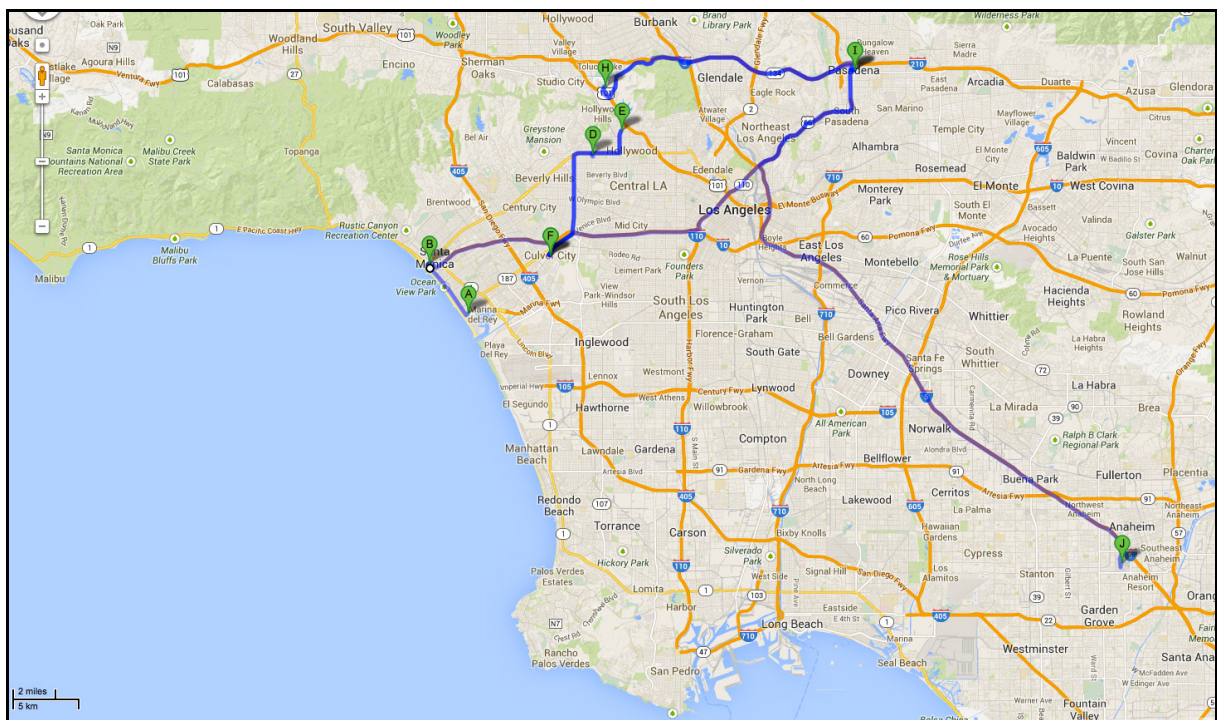
Illustration n°47 : Profil spatial du séjour de Elise



Elle a passé les deux premiers jours chez une amie à Santa Monica (E) : « on est allé à la plage à Long Beach (B). Le lendemain j'ai fait le Pier, les canaux... C'est marrant Venice Beach (D), les gens qui font du sport... près des canaux c'est très calme, très agréable ». Elle change de lieu d'hébergement le troisième jour, pour s'installer à l'auberge de jeunesse d'Hollywood (N), quartier où elle passe la journée en déambulant sur le *walk of fame* puis en effectuant un tour en van touristique (c'est à cette occasion que l'entretien se déroule). Elle devait se rendre le lendemain au *Griffith Observatory* (I) avant d'aller à Downtown (J) « pour voir l'architecture ». Elle envisageait d'aller le jour suivant au *Getty Center* (M) et très probablement au *LACMA* (L) le jour d'après, la culture étant un point central de sa pratique des métropoles : « oui, j'aime bien me balader dans les rues, faire des musées, expos.. Il y a des villes qui investissent beaucoup dans la culture et d'autres non ». Cette ampleur plus importante (en termes de nombre de lieux pratiqués)

du séjour relève notamment de compétences cognitives poussées (savoir « l'offre » culturelle disponible), compétences qui sont alimentées par ses contacts locaux que l'on peut d'ailleurs intégrer de façon indirecte à son capital spatial élevé – elle mobilise des personnes rencontrées lors de précédentes expériences – : cet apport se manifeste par la pratique surprenante de la plage de Long Beach. Il n'y a qu'un *insider* pour recommander la pratique de ce lieu peu évoqué (presque pas présent dans les guides – cf. section précédente) mais proposant une configuration différente et une touristicité plus faible par rapport à celle de Santa Monica, alors que l'on se situe pourtant précisément à quelques mètres de cette dernière. La pratique des canaux de Venice, lieu atypique a rarement été mentionnée par les touristes. C'est un type de parcours similaire, tout en étant moins tourné vers la pratique des services et infrastructures culturelles, qu'a réalisé **Scott**, australien (Brisbane) de 30 ans rencontré et interviewé à Chicago lors de sa traversée des Etats-Unis par la route 66. Comme Elise, il dispose de connaissances à Los Angeles, réseau issu aussi de rencontres effectuées lors de ces différents voyages à travers le monde, témoignant d'un capital spatial très élevé. D'autre part, c'est son deuxième séjour dans cette métropole : ce n'est donc pas une situation totalement nouvelle, il a une certaine idée de l'espace urbain, sans toutefois être allé dans les principaux lieux.

Illustration n°48 :
Profil spatial du séjour de Scott



C'est d'ailleurs parce qu'il n'y était pas allé lors de son premier séjour qu'il décide de passer la 1^{ère} nuit à Venice Beach (A), à son arrivée depuis San Diego. Il reste une partie de la journée à découvrir ce quartier balnéaire « I ride a bike down Santa Monica, I went along the Pier (B) » avant d'aller à Culver City (F) chez des amis. Il y reste deux jours, principalement pour discuter avec ces derniers, découvrir cette municipalité et faire un tour à Beverly Hills (D) – où il n'était pas passé la première fois – puis sur le walk of fame à Hollywood (E), notamment pour prendre en photographie les étoiles de certaines célébrités à la demande de ses nièces et neveux (il utilise

d'ailleurs une carte spécifique du walk of fame pour trouver la localisation précise des étoiles). Il se rend (sans s'arrêter à Downtown, où il était passé la première fois) à nouveau chez des amis deux jours à Pasadena (I), lieu qu'il découvre lors de ce deuxième séjour, et à partir duquel il visite Universal Studio (H). Intéressé par les parcs d'attraction et les studios de cinéma (il avait visité Warner Bros lors de son premier séjour), il passe finalement deux jours à Disneyland (J).

Ici, le capital spatial très élevé de Scott se traduit par un itinéraire très étendu à travers Los Angeles (même s'il fait jouer à plein la proximité topographique) mais aussi par la pratique de quartiers (Culver City et Pasadena) qui ne sont pas classiquement dans les itinéraires conseillés pour les touristes. Le rôle des compétences est toujours primordial : s'il marche beaucoup¹⁶² pour découvrir les métropoles (en passant par exemple « plusieurs heures » à marcher sur Sunset Boulevard et Hollywood Boulevard lors de son premier séjour), il n'utilise pas les transports en commun mais seulement la voiture. On repère ici la différence fondamentale avec Cathy, au capital spatial plus faible, qui elle n'utilise pas la voiture.

5.3. Conclusion

Les trois logiques (« non cheminement », « excursions quotidiennes » et « parcours développés ») correspondent ainsi à des façons de faire avec de l'espace plus ou moins compliquées, radicalement différentes, que l'on peut apprécier en réalisant une mise en perspective avec les itinéraires proposés par les guides. Tout d'abord, on peut constater que, bien souvent, les touristes n'effectuent pas d'itinéraires (entendu donc comme la pratique de plusieurs lieux distincts dans une même journée) à proprement parler, mais une suite d'excursions quotidiennes. Cela nous incite à considérer que les touristes mettent en place une pratique fragmentée, restreinte – en tout cas (très) sélective – de la métropole, avec des lieux bien « ciblés », des « nodalités touristiques ». Cela nous permet d'esquisser l'espace effectif des pratiques touristiques : celui-ci correspond essentiellement au « Westside ».

Ensuite, par rapport aux « Highlights » présentés dans la première partie, il ressort que « Santa Monica/Venice Beach » et Hollywood sont les deux (seuls) lieux incontournables des touristes¹⁶³. Inversement, très peu sont allés à Downtown LA., tandis que Disneyland et Griffith Park ne sont pas des lieux visités par la majorité des touristes que j'ai rencontrés (Universal Studio étant par contre plus souvent cité de ce panel). Le faible nombre de lieux pratiqués – que ce soit dans l'absolu ou relativement par rapport au nombre de jours passés à Los Angeles – est une autre grande tendance que l'on peut retirer de l'exposé de ces différentes situations : alors que les guides proposaient de pratiquer une dizaine de lieux pour un séjour de deux jours et une petite vingtaine pour un séjour de quatre jours, le nombre de lieux pratiqués par les touristes s'établit entre 3 et une dizaine¹⁶⁴. On peut interpréter cet écart comme le reflet d'un niveau moyen en

¹⁶² J'ai pu le constater à Chicago.

¹⁶³ Même si l'on pourrait avancer que pour Hollywood, ce constat peut être biaisé par le fait que la plupart des entretiens se soient déroulés à cet endroit.

¹⁶⁴ Le nombre de lieux recensés dans le tableau tient compte du lieu d'hébergement ainsi que des lieux visités ; de même le tour en bus touristique compte comme un lieu. Comme le précisait l'avertissement du début de section, et aussi bien pour une question logistique (à quel moment se déroule l'entretien) que par rapport à la qualité de

termes de ressources cognitives (savoir ce qu'il y a à faire et les lieux susceptibles d'être intéressants à connaître) relativement faible¹⁶⁵. Le tableau suivant propose une lecture différente des parcours envisagés, en en proposant un encodage à partir de quelques indicateurs à haut niveau de synthèse : il recense ainsi les distances totales parcourues durant le séjour par les différents touristes envisagés dans ce chapitre, le nombre de lieux visités, le nombre de journées passées, l'évaluation de leur capital spatial et la métrique utilisée pour réaliser les déplacements du parcours.

Tableau n°22 :
Les ressorts du profil spatial des touristes

Prénom	nb lieux	km ¹⁶⁶	nb jours	capital spatial	métriques
Elise	8	236	5	élevé	auto
Scott	8	180 (A)	7	élevé	auto
Valentine	7	122	2	élevé	auto
Almorena	7	86	4	moyen	auto/métro
Vigay	6	234 (A)	6	moyen	auto
Cathy	5	184 (A)	4	faible	métro
Marc/Amélie	5	128	3	moyen	auto
<i>Swdke</i>	5	102	1	élevé	auto
Al Saad	4	123	4	moyen	métro
Jan	4	93	2	moyen	métro
Sujin	4	74	4	moyen	métro
Kerry	3	183 (A)	5	élevé	métro
Keredin	3	80	4	faible	auto
Tim	3	22	2	élevé	métro
Jérôme	3	9	2	faible	auto

Le classement en termes de lieux pratiqués (toujours par rapport au postulat que l'on habite touristiquement une métropole avant tout selon la modalité de la découverte) coïncide assez sensiblement avec l'ampleur du « capital spatial » d'un individu. Ceux qui ont pratiqué le plus faible nombre de lieux (en absolu) sont ceux qui ont un capital spatial faible voire moyen ; Tim et Kerry sont des exceptions : ils ne mobilisent pas pleinement leur capital spatial élevé ou alors précisément pour mettre en place un projet de recreation essentiellement fondé sur le repos. De même « Swdke » qui profite de son capital spatial (connaissance du lieu, compétences,

l'entretien lui-même, ce nombre peut être à minorer (des lieux qui devaient être visités et qui ne l'ont pas été finalement) ou à majorer (il est possible que les touristes aient pratiqué des lieux supplémentaires, soit après l'entretien, soit en ne les mentionnant pas durant celui-ci). Il convient donc de considérer cela comme une estimation très proche (le différentiel est mineur) des lieux suffisamment importants, des étapes les plus marquantes du séjour, qui structurent l'expérience de la métropole, et que les touristes estiment nécessaire de signaler.

¹⁶⁵ S'il s'agit d'une restitution subjective, je peux témoigner avoir croisé lors de mes différents terrains un nombre non négligeable de touristes (de différentes nationalités) qui ne « savaient pas quoi faire ni où aller » à Los Angeles.

¹⁶⁶ Le (A) correspond à une excursion à Anaheim, qui augmente sensiblement le nombre de kilomètres parcourus (56 kilomètres – 41 minutes en voiture – depuis le walk of fame ; 66 kilomètres – 50 minutes en voiture – depuis Santa Monica).

expériences passées) pour développer une pratique intensive (dans un court laps de temps) de la métropole. Inversement, on peut estimer que Cathy compense un capital spatial plutôt faible par le recours à des « technologies spatiales » (navettes, bus touristiques, etc.) pour gérer les distances et avoir un profil spatial de son séjour relativement développé. De façon attendue, plus un touriste pratique des lieux différents plus le nombre de kilomètres effectué est important ; le cas d'Alberto et d'Almorena est une exception à cette règle : en distinguant nettement leur expérience de l'agglomération en fonction de leurs deux séjours, ils peuvent découvrir une multitude de lieux dans un périmètre restreint, en créant une logique de proximité. Par rapport à cette question, une tendance de fond semble se dégager assez nettement : ceux qui font le plus de kilomètres utilisent la métrique automobile. Peut-être ce lien s'explique du fait que les touristes n'hésitent pas à multiplier les déplacements en voiture.

L'épreuve spatiale du cheminement renvoie à la capacité des touristes à dresser une liste – comme nous avons pu nous en rendre compte explicitement dans les propos de Marc et Amélie –, c'est-à-dire établir une hiérarchisation des lieux : les touristes dégagent des priorités par rapport à leurs intérêts et à leur projet récréatif. Cela induit un processus de délimitation : il y a une sélection, une discrimination de certains lieux, que l'on peut précisément délimiter, par rapport à d'autres. La question du cheminement nécessite également de prendre en compte la question des métriques (comment les touristes gèrent les distances entre les différents lieux mis en relation) et celle du placement (quel est le "point de départ" de leur parcours). Ces aspects ont été évoqués mais non développés ni approfondis ici, les chapitres suivants permettant justement de revenir plus spécifiquement sur le traitement de ces épreuves par les mêmes touristes.

Les délimitations spatiales de deux lieux touristiques

Le chapitre précédent a permis, par le traitement de ce problème que représente pour les touristes l'épreuve spatiale du cheminement, de donner un aperçu de comment les individus pouvaient faire avec un espace urbain de la taille de Los Angeles, pris dans son ensemble. Je propose maintenant d'inverser la perspective pour appréhender les manières de faire avec de l'espace des touristes localement, afin de traiter le problème de l'enjeu spatial qu'est la délimitation, qui tient des opérations de « mettre en place des limites spatiales entre différentes entités discriminées elles-mêmes issues d'une opération préalable nécessaire de découpage de l'espace en unités élémentaires pertinentes » (Lussault, 2007, p.88). On peut ainsi faire l'hypothèse qu'il n'y a « pas une fraction spatiale qui ne soit découpée, et même de multiples fois, par un nombre croissant d'opérateurs qui fondent une partie de leurs actions sur ce découpage » (ibid.). Si l'on endosse cette approche, on peut envisager les délimitations à toutes les échelles et selon un nombre de déclinaisons, de « thématiques », infini. A l'instar des autres épreuves spatiales, ce problème du « découpage » peut être envisagé à différents niveaux.

La carte suivante (cf. illustration n°49) constitue à ce titre une opération explicite de découpage spatial spécifiquement touristique à l'échelle de l'agglomération : le guide ne s'appuie pas sur les limites administratives des différentes municipalités mais crée des quartiers touristiques *ad hoc*, plus pertinents de son point de vue. Cela nous offre une autre perspective de l'espace touristique de Los Angeles, dont on constate à nouveau qu'il se déploie essentiellement dans la partie nord-ouest de l'agglomération (il est usuel de nommer *westside* l'aire située entre Hollywood et Santa Monica). Nous observons à partir de cette illustration comment seule une (relativement) petite partie de l'agglomération est mise en tourisme par les guides – si le découpage des différents « quartiers » change d'un guide à l'autre, l'espace ainsi mis en avant reste le même (nous en aborderons d'autres exemples au cours de ce chapitre). Le guide indique expressément aux touristes quels sont les lieux qu'il faut voir, pratiquer. Il s'agit bien là d'une véritable opération de découpage de l'espace urbain informant les pratiques des touristes consultant ces guides.

Par rapport au projet de comprendre comment les individus habitent touristiquement Los Angeles, il paraît fondamental de travailler sur le découpage des lieux touristiques, ou, pour être encore plus précis, sur la délimitation des lieux pratiqués par les touristes. Pour investir cette problématique, nous nous focaliserons ici sur deux exemples que constituent les situations du *Walk of Fame* à Hollywood Boulevard et de l'*Ocean Front Walk* entre Santa Monica et Venice Beach : il s'agit des deux lieux – de l'espace public, on met de côté les parcs d'attraction –, où la présence des touristes est ostensiblement visible, manifeste et massive (constat issu des

nombreuses observations réalisées sur place et dans la récurrence systématique de ces deux lieux dans les entretiens) : ils correspondent aux deux principaux pôles du Central Tourist District (Duhamel et Knafo, 2007) de Los Angeles. C'est donc les délimitations touristiques de ces deux lieux que nous étudierons dans ce chapitre, à partir de la question de savoir comment les touristes font avec les délimitations effectuées par les promoteurs touristiques, et les compétences qu'ils mobilisent par rapport à ce problème.

Illustration n°49 :
Les quartiers touristiques de Los Angeles selon le *Lonely Planet*



L'objectif est alors double : il s'agit de montrer quelles délimitations sont construites par les opérateurs et comment elles sont envisagées par les manières de faire avec de l'espace de la part des touristes. De ce point de vue s'intéresser au problème des délimitations spatiales revient à appréhender en creux l'épreuve spatiale du franchissement : les touristes s'accommodent-ils ou s'affranchissent-ils de ces délimitations, de cette configuration de l'espace ?

Nous procéderons pour chacun des exemples en deux temps. La première étape consistera à décrire et expliquer les délimitations mises en place par les promoteurs touristiques. Ceux-ci seront de deux ordres : les guides touristiques, que nous continuons d'envisager comme prescripteur des pratiques – en tant qu'ils constituent des ressources pour les touristes afin de développer leurs compétences cognitives – et les opérateurs institutionnels « locaux », ceux directement en charge du développement touristique de ces deux lieux : quelles délimitations de ces lieux ces promoteurs mettent-ils en place ? En plus de l'analyse du discours de ces actants, nous mobiliserons un certain nombre de photographies, de cartes, de plans qui conviennent particulièrement bien à la compréhension des délimitations. La deuxième étape permettra de comprendre comment les touristes font avec ces délimitations. Nous envisagerons pour cela les manières de faire des touristes avec l'espace public – ce sera donc l'occasion privilégiée d'avoir des éléments de réflexion sur l'un des principaux attributs de l'urbanité d'un lieu (cf. chapitre 2) – : il s'agira notamment de faire une description des manières dont les individus habitent les lieux touristiques. Aussi, pour appréhender ce problème, nous nous appuierons sur les discours de ces derniers et, de façon accrue par rapport aux autres chapitres, sur les nombreuses observations réalisées sur le terrain.

6.1. Hollywood, un théâtre de boulevard

Et si, pour les touristes, Los Angeles ne se résumait en réalité qu'à ce seul mot, Hollywood ? On pourrait en effet utiliser la figure de style métonymique pour déclarer qu'Hollywood *c'est* Los Angeles. Osons le postulat : Hollywood est un passage obligé pour tous les touristes de cette métropole, un « incontournable », et plus particulièrement le monument iconique du *Hollywood Sign* qui en est sa représentation matérielle¹⁶⁷. Érigées en 1923¹⁶⁸ pour faire la promotion d'un programme immobilier – la plaine de Los Angeles est alors occupée par des vergers, très peu construite (cf. chapitre 3) – les lettres, qu'il était initialement prévu d'enlever quelques années après, sont finalement maintenues du fait de leur succès immédiat auprès des touristes¹⁶⁹. Devenu Hollywood avec la suppression du suffixe initial « LAND » au début des années 1940, le signe se retrouve « menacé » deux fois : faute d'entretien dans les années 1970 puis en 2010 par le projet d'un consortium immobilier (propriétaire du terrain¹⁷⁰) qui souhaitait y construire des résidences de luxe. Dans les deux cas, c'est l'intervention du monde du show business qui va garantir la pérennité de ce « marqueur touristique » (la première fois avec le parrainage, par chacun des neuf

¹⁶⁷ Un « objet spatial actant » pour reprendre une expression de Michel Lussault (2007, pp.170/3).

¹⁶⁸ Je reprends ici des informations apportées notamment par différents articles de presse :

www.latimes.com/news/local/la-me-1205-hollywood-sign-20121205,0,619715.story

http://next.liberation.fr/cinema/2012/12/05/coup-de-blanc-sur-les-lettres-d-hollywood_865251

www.lemonde.fr/culture/article/2010/04/26/les-lettres-geantes-d-hollywood-sauves-des-promoteurs-immobiliers_1343011_3246.html

www.lepoint.fr/culture/2010-03-26/etats-unis-vers-la-fin-d-hollywood/249/0/438189

¹⁶⁹ Cette contribution du touristique à la conservation de ce qui deviendra un élément emblématique (pour les angelinos eux-mêmes) de la métropole est un élément qui vient renforcer l'hypothèse (développée également dans le chapitre 3) d'un rôle prééminent de la sphère de la récréation dans la dynamique urbaine de Los Angeles.

¹⁷⁰ Les lettres appartenant elles à la municipalité de Los Angeles.

donateurs, d'une lettre, et la seconde comme catalyseur d'une mobilisation internationale¹⁷¹). Tout en illustrant particulièrement bien la faible importance des opérateurs publics, cet exemple montre la fragilité et le peu d'importance accordée par la société locale dans son ensemble à la dimension touristique (pourtant avancée comme le 1^{er} secteur économique par les politiques) : malgré sa réputation mondiale et son importance dans la dimension touristique (que serait Los Angeles sans le *Hollywood sign* ?), le signe aurait pu disparaître. Hollywood est donc un signe iconique, mais pas seulement. Il s'agit aussi par exemple d'un district administratif de Los Angeles dont l'illustration suivante (n°50) permet d'en apprécier le périmètre. Le principal constat que l'on peut faire de cette carte est que le district administratif d'Hollywood ne comprend pas (étonnamment) le walk of fame. Cela accroît l'importance de la question suivante : quelle présentation de ce quartier les guides touristiques proposent-ils ?

6.1.1. Les délimitations des opérateurs touristiques

L'objectif de cette première étape est donc de dégager les principales délimitations spatiales à visée touristique telles qu'elles sont mises en place par les opérateurs touristiques comme pouvant intervenir sur les manières d'habiter des touristes. Cela nous permettra par la même occasion de décrire le lieu et d'apporter une certaine contextualisation quant à « l'environnement » des pratiques des touristes que nous aborderons dans un second temps.

6.1.1.2. Hollywood, la promenade

Quels sont les limites de ce quartier pour les guides touristiques ? Quel espace ces ouvrages conseillent-ils aux touristes de visiter quand ils font référence à ce nom ? Le guide touristique établit-il des délimitations spatiales du quartier à travers la présentation qu'il en fait ? La description proposée par le Rough Guide dans son chapitre « Hollywood & West Hollywood » est particulièrement éloquente de ce point de vue et confirme l'hypothèse que le guide touristique est un puissant opérateur de découpage spatial :

« The district main drag, **Hollywood Boulevard**, is still essential viewing – the basis for much LA myth and lore, epitomized by the ever popular **Walk of Fame**. (...) From the 101 freeway to the edge of West Hollywood, the central section of Hollywood is appropriately based around **Hollywood Boulevard**, containing the dense concentration of faded glamour and film mythology in the world, with a pervasive sense of nostalgia that makes the area deeply appealing in a way no measure of commercialism can diminish. (...) Once you cross the freeway and reach Gower Street, you enter the most celebrated stretch of the boulevard, which drops off in interest beyond La Brea Avenue. An unofficial dividing line between the east and the west sides of this historic district is **Highland Avenue**. » (Rough Guide, 2006, pp.97&105, en gras dans le texte).

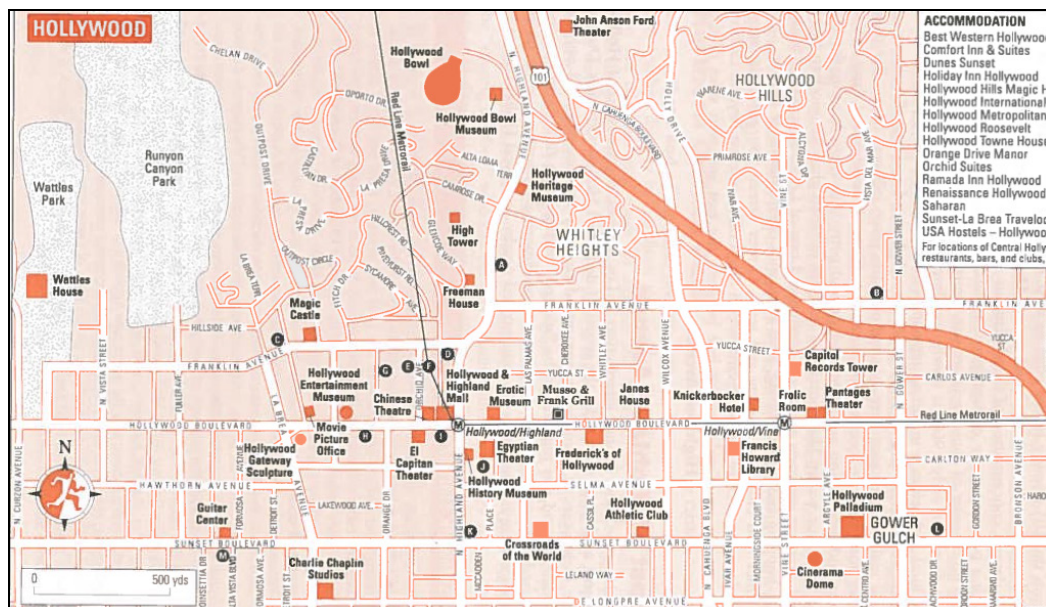
¹⁷¹ Par le biais d'un *Trust for public land* qui va réunir la somme à laquelle le consortium a accepté de lui céder les 55 hectares (et non de le "vendre au plus offrant") : sur les 12,5 millions de dollars demandés, l'Etat de Californie aurait ainsi participé à hauteur de 3,1 millions de dollars, les autorités locales 2,7 millions et les donateurs privés 6,7 millions (quinze autres Etats américains et dix pays étrangers ayant également effectué des dons).

Illustration n°50 :
Limites administratives du district d'Hollywood



Source : www.tomlabonge.com/map/

Illustration n° 51 :
Le plan d'Hollywood dans le *Rough Guide*



Il est ainsi possible de constater que le Rough Guide effectue une triple délimitation : dans un premier temps, le guide dirige directement le lecteur sur Hollywood Boulevard. Il précise ensuite davantage sa sélection en affirmant que ce n'est pas tout Hollywood Boulevard qui est concerné mais seulement un tronçon de cet axe situé entre Gower à l'est et La Brea à l'ouest : ces deux axes de circulation sont ainsi posés comme les limites, précises, absolues et définitives de la partie considérée comme étant la plus intéressante. La sélection ne s'en arrête toutefois pas à ce niveau, car le texte ajoute enfin qu'Highland est la ligne de démarcation non officielle entre la « zone Est » et la « zone Ouest » de cette portion du boulevard : il le place alors de fait en position centrale de l'espace considéré. Il y a donc un emboîtement de délimitations successives – renforcées, d'une manière subliminale en quelque sorte, par la typographie du texte, les trois toponymes les plus importants étant mis en « gras » – que l'on peut schématiser de la sorte – Le plan du quartier que le Rough Guide offre de façon concordante une visualisation cartographique de cette organisation spatiale en étant centré sur Hollywood Boulevard (illustration n°51) :

Hollywood Bd → Walk of fame (Gower – La Brea) → Highland Av.

Précisons ici plus en détails ce à quoi correspond le Walk of Fame. Il s'agit du nom que l'on donne à la portion du trottoir du Hollywood Boulevard (longue d'un kilomètre et demi) consacrée à la commémoration des célébrités. L'idée originale proposée par E. Stuart en 1953 était effectivement la suivante : « maintain the glory of a community whose name means glamour and excitement in the four corners of the world »¹⁷². Le premier petit tronçon est inauguré peu avant 1960 autour du Chinese Theatre, avant un développement plus important au cours de cette décennie jusqu'à maintenant. Analysons la description qu'en fait le guide touristique Time Out :

« More than 2000 figures from the world of entertainment have been immortalized on the Hollywood Walk of Fame since actress Joanne Woodward received the first honor in 1960. Made of pink terrazzo inset with gold lettering and one of five symbols that denote the recipient's profession (film, tv, radio, music or stage), *the stars line Hollywood Boulevard, between La Brea Avenue and Gower Street, and a stretch of Vine Street.* » (Time Out, p.96, souligné par moi).

La délimitation du lieu réalisée ici explicitement correspond exactement à celles proposées par le guide de l'autre collection. L'observation in situ permet en effet de se rendre compte qu'au-delà ou à côté de ces axes, les rues reprennent l'aspect conventionnel du trottoir, avec les grandes dalles. Le Walk of Fame participe ainsi pleinement et explicitement d'une manière de mettre en scène l'espace – on peut considérer cet aménagement comme un effort considérable en comparaison de la mauvaise qualité générale des trottoirs de Los Angeles – tout autant que de le délimiter : il y a véritablement un « dedans » et un « dehors », les promoteurs opèrent, à des fins touristiques une distinction spatiale qu'ils matérialisent par un revêtement du trottoir différent, plus soigné. On retrouve un découpage identique dans le guide de la collection Time Out, avec cependant un degré de précision moins important, l'accent étant mis sur la dimension historique du lieu :

¹⁷² www.hollywoodchamber.net/history-of-the-walk-of-fame

« For years, tourists arrived in Hollywood expecting to walk on to a movie set: camera crews on every corner, paparazzi crowding the sidewalks. What they found was a shabby, glamour-free shambles. (...) Still, few visitors were prepared for what they found. Word spread ; people stopped coming. Things have changed. Since the late 1990s, the city has made effort to restore a little glitter to the area, and both tourists and locals have returned in their thousands The regeneration hasn't been without its critics - essentially, LA has done to parts of Hollywood what New York did to Times Square in the '90s. But the griper have been outnumbered, by moneyed nights owls, savvy entrepreneurs, tourists and, tellingly, construction workers. Condo towers are springing up all over the area, as sure a sign as you'll find that Hollywood's resurgence is more than just a flash in the pan. The stretch of Hollywood Boulevard between La Brea Avenue and Vine Street was one of the city's seamier thoroughfares by the mid '90s, a decaying parade of adult theaters, souvenir stores and ne'er-do-wells. But now, re-dubbed the Hollywood Entertainment District after a makeover, it's once more a family friendly tourist attraction with plenty of appeal. The centrepiece of the regeneration is the four-storey **Hollywood & Highland** centre, an awkwardly designed but popular complex (...) perhaps, the mall's greatest asset is its multi-level parking garage » (Time Out, 2008, p.94, en gras dans le texte)

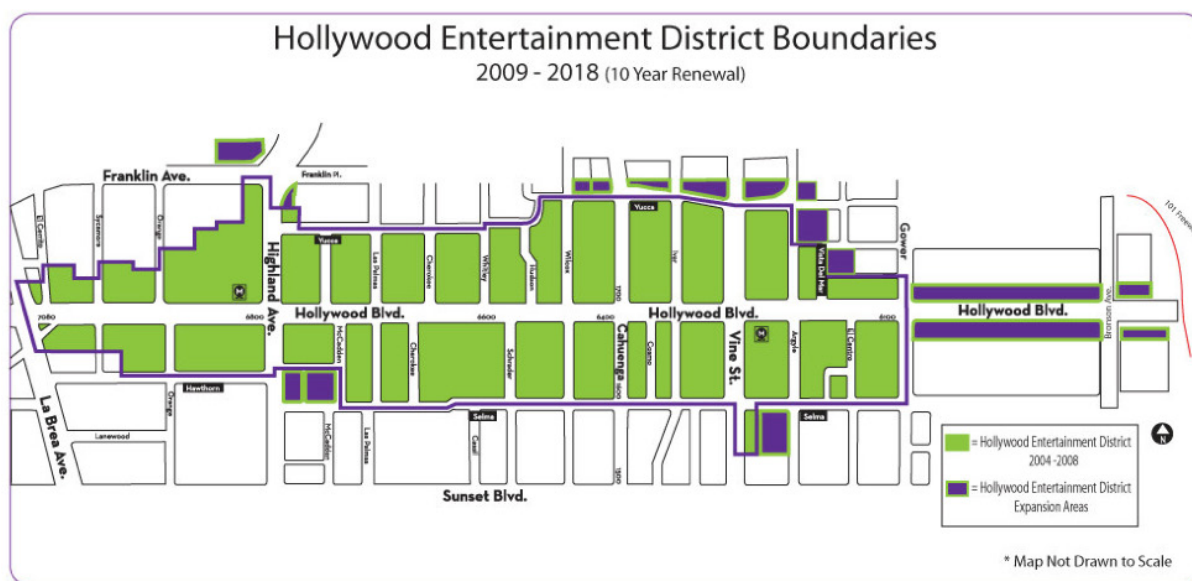
L'intérêt de ce long passage est multiple. Tout d'abord, sur ce problème de la délimitation spatiale du lieu, on repère des choix similaires à ceux du Rough Guide, avec le carrefour Hollywood / Highland désigné comme le centre (et dont le principal avantage serait son énorme parking, indiquant par là en creux quel serait le principal problème pour un touriste) de la portion du Hollywood Bd allant de La Brea à Vine. Ensuite, cet extrait propose une mise en récit de l'évolution de l'urbanité d'Hollywood : il permet ainsi d'avoir une idée de la dynamique qui traverse cet espace et de mettre en perspective les points de vue des touristes abordés juste après. Ainsi, et selon une périodisation identique à celle du Hollywood Sign, cette partie du Hollywood Bd a connu, après un « âge d'or » initial, une désaffection progressive, et ce n'est qu'à la fin des années 1990 qu'une reprise en main a été effectuée par la société locale et réalisée, comme mentionné dans le texte, par le biais du Hollywood Entertainment District.

6.1.1.3. Hollywood, un district du divertissement

C'est effectivement sur la base du constat d'une détérioration de l'espace public que le « Hollywood Entertainment District » a été créé en 1996, comme me l'a confié lors d'un entretien son directeur de communication, Devin Strecker :

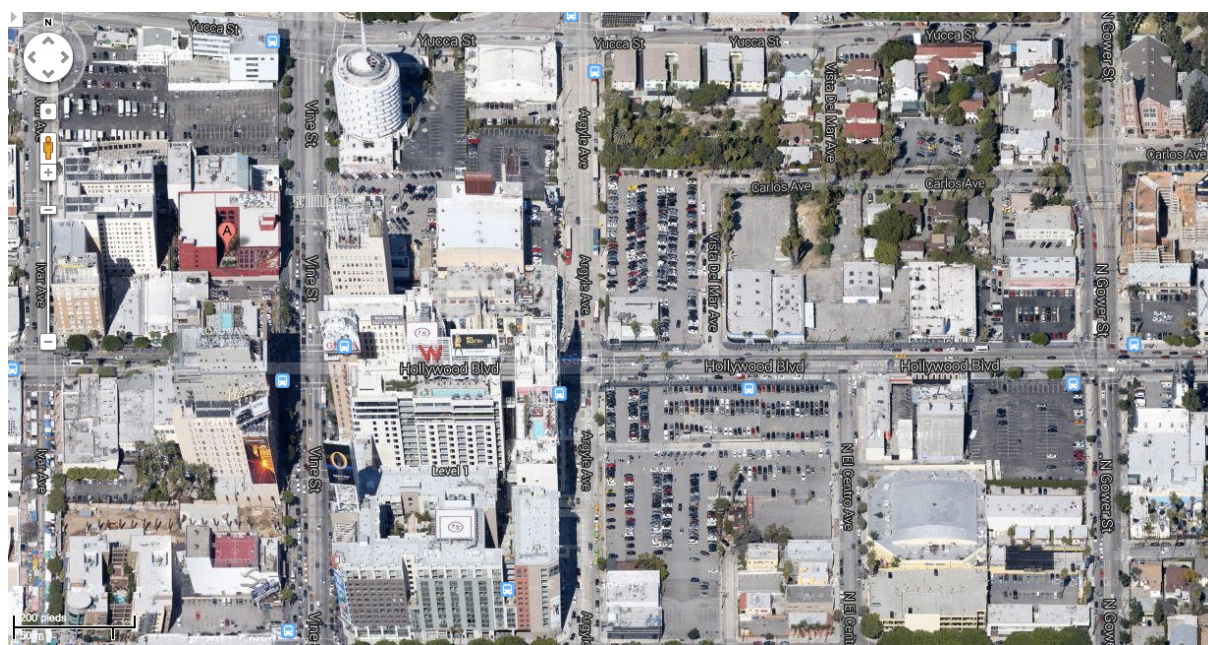
« What happens is the property owners noticed that the area was getting deteriorated : increase crime, increase trash, and they didn't feel that the city was giving any help, so basically this is to have a smaller government, a level where the property owners have a complete control of what this money goes for so they can say "we want to buy trash cans, we want to have the trash remove twice a week, we want to have own guards", they can make all these decisions and then they can provide those services to themselves above and beyond what the city provides. »

Illustration n°52 :
Les limites du *Hollywood Entertainment District*



Source : www.hollywoodbid.org/

Illustration n°53 :
Vue aérienne du *walk of fame* au niveau de Vine



Source : google maps

Administrativement, Hollywood est un district de la municipalité de Los Angeles (l'équivalent d'un arrondissement). Ce statut implique une dépendance vis-à-vis de cette dernière. Or, d'une part l'intervention publique se limite au strict minimum aux Etats-Unis, et d'autre part la municipalité de Los Angeles a un endettement très important. Un *Business Improvement District* (BID) est un dispositif institutionnel¹⁷³ qui permet justement de contourner cette situation : il permet à l'ensemble des propriétaires d'une aire géographiquement définie de payer une contribution supplémentaire aux taxes et impôts obligatoires, pour bénéficier de services supplémentaires à ceux proposés par la municipalité. C'est ce qui s'est passé à Hollywood¹⁷⁴ pour répondre à la dégradation du quartier et en tenant compte de la faible marge de manœuvre économique dont les acteurs locaux disposaient – ce n'est toutefois pas un dispositif exceptionnel puisqu'il y aurait 39 BID au sein de la municipalité à Los Angeles selon un recensement officiel (l'illustration n°52 permet d'apprécier le périmètre du Hollywood Entertainment District). On se rend ainsi compte que celui-ci correspond précisément à l'espace distingué par les guides touristiques. Au sein de cette zone, le BID a deux principaux objectifs que sont la sécurité (assurée par la mise en place de patrouilles privées) et la maintenance de la voirie, les cérémonies liées au Walk of Fame étant du ressort de la Chambre des Commerces d'Hollywood. Le discours de Devin Strecker est à nouveau riche d'enseignement pour mesurer l'efficacité du dispositif, et surtout avoir la description, à un moment donné, de ce lieu touristique :

We are always conscious of the way it looks to tourists, because of the movies people have an idea about Hollywood being glamour, they expect certain things when they come here, and a lot of times when they get here it's not what they expect, some of the buildings are dirty, some of the buildings are not take care of, there a lot of stores in the tourist areas and it's a kind of problem, we try to make it look more clean and more appealing, like I said about the retail recruitment, try to bring the stores and shops that people really wanna see when they come here.

Le propos est étonnamment sans concession par rapport à la situation actuelle de l'état de l'espace public, des bâtiments et du type de commerces présents. Le *walk of fame* commence donc à partir de Gower, rue qui en constitue la limite est (vers Downtown). Cependant, on peut situer le véritable « début » du lieu au niveau du croisement entre Hollywood Boulevard et Vine, qui en constitue une entrée spatialement matérialisée par la présence de buildings historiques et d'immeubles récents (hôtels et résidence) créant une rupture, une discontinuité en termes de bâti, avec la configuration précédente (que l'on peut deviner sur l'illustration n°53). Toutefois, sur une large portion du Walk of Fame (de Vine à Highland), les bâtiments historiques – dont certains présentent une architecture non dénuée d'intérêt – sont vétustes, certains mêmes abandonnés, en tout cas peu mis en valeur¹⁷⁵ voire « découpés » de façon à accueillir plusieurs commerces. Cette partie du boulevard est en effet composée de petites boutiques « bas de gamme » dont on peut énumérer facilement la diversité : grossistes en textiles, sex-shops, tatoueurs, « smoke shop » (marijuana), boutiques de souvenirs touristiques, bars et boîtes de nuit (cette partie de Hollywood

¹⁷³ Cela s'inscrit dans la logique du principe de subsidiarité dans laquelle l'échelon supérieur n'intervient que si celui inférieur ne parvient pas à résoudre un problème.

¹⁷⁴ Un processus de sécession urbaine du quartier d'Hollywood – qui lui aurait permis de se constituer en municipalité propre – n'a pas été accepté par un vote en 2002.

¹⁷⁵ S'il y a bien des panneaux présentant la dimension historique de ces bâtiments, ils ne sont absolument pas regardés par les touristes, peut-être en raison de leur positionnement trop en hauteur (cf. photographie n°4).

étant l'un des principaux lieux de sortie, les soirées de week-end, jusqu'à 2h du matin, de la jeunesse huppée de Los Angeles). La partie qui se situe entre Highland et La Brea bénéficie en revanche d'un aménagement plus soigné, avec des investissements immobiliers conséquents se traduisant par des constructions plus modernes et un entretien supérieur des bâtiments historiques : on trouve à cet endroit des magasins des marques internationales, des salles de cinéma (dont le Chinese Theatre) et le *Hard Rock Café* de Los Angeles, un service rare dont on peut en faire un marqueur spatial certain, son emplacement n'étant jamais aléatoire.

6.1.1.4. Conclusion

Cette section a permis d'effectuer une description de la configuration du lieu, en présentant la façon dont il est délimité, matériellement et symboliquement, par les promoteurs touristiques. Si le district municipal d'Hollywood est étendu et les différents espaces auxquels peuvent faire référence ce nom sont vastes, nous avons pu constater une focalisation, de la part des guides touristiques, sur la (relativement, puisqu'elle fait plus d'un kilomètre) petite portion du Hollywood boulevard que constitue le célèbre *walk of fame*. Cet espace bénéficie d'ailleurs d'un dispositif administratif *ad hoc* (qui témoigne de l'importance des acteurs privés, comme cela a aussi été rapidement avancé dans le cas du Hollywood Sign), qui en confirme la délimitation précise, sa principale mission étant d'entretenir et d'améliorer la présentation de l'espace public. La question qu'il convient de se poser maintenant est de savoir comment les touristes font avec cet espace et les délimitations qui lui sont associées.

6.1.2. « A frame of walk »

Dans quelle mesure les découpages que nous venons de distinguer constituent-ils un « cadre » aux pratiques des touristes à cet endroit ? Comment les touristes ajustent leurs pratiques par rapport à l'espace ainsi construit ? Comment s'adaptent-ils par rapport aux délimitations posées ? Les premiers éléments de réponse à ces questions nous renseigneront sur l'appréciation de l'espace urbain par les individus, ou plus exactement, sur l'évaluation de l'urbanité de cet espace à travers la manière dont il est habité par la population touristique.

6.1.2.1. Un incontournable touristique

Hollywood est un passage obligé pour les touristes à Los Angeles : il faut y passer, même pour ceux qui n'y trouvent aucun intérêt a priori. Cette « obligation sociale » peut alors engendrer des pratiques originales, telle celle réalisée par *MariceNZ*, une touriste néozélandaise (de Wanganui) qui a visité LA en avril 2013 et qui laisse le commentaire suivant sur TripAdvisor¹⁷⁶ :

¹⁷⁶ www.tripadvisor.com/ShowUserReviews-g32655-d103401-r157123021-Hollywood_Boulevard-Los_Angeles_California.html

« I can't say I got out and walked along here, soaking in the atmosphere, looking at stars on the footpath or anything like that, we just cruised slowly down the Blvd looking out the car window. Have to say that movie stars and the like are not really my thing. Still, when in Hollywood... well, you know how it goes. As a tourist I guess there is a slight fascination in seeing something different, but it's basically a street, with a few shops, lots of places to buy touristy stuff. The Chinese theatre was an interesting looking building and maybe Madam Tousards might have been worth a visit if I'd had time. Anyway, 5 or so minutes later, I can tick the list and say I've been down Hollywood Blvd. Sure I may have seen more getting out of the car, but really, not something that interested me. »

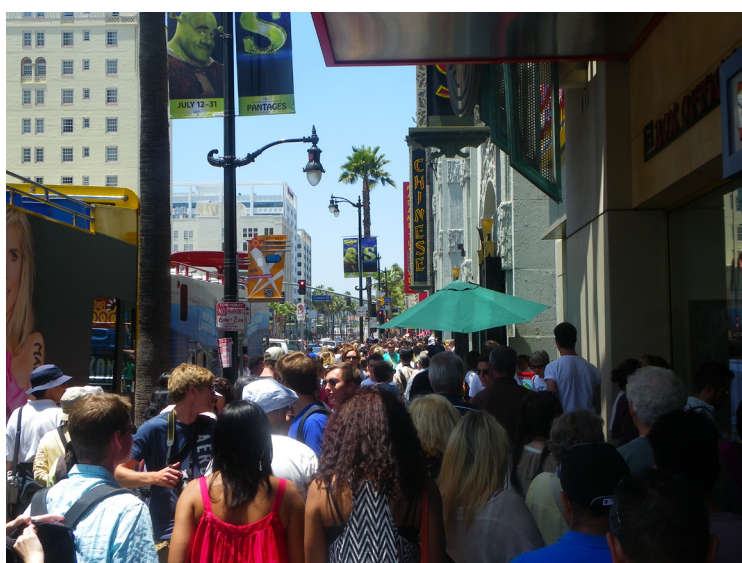
On retrouve ainsi cette « liste » – que l'on a vu émerger dans le chapitre précédent et qui régit cette épreuve spatiale qu'est le cheminement – de choses qu'il faut nécessairement faire, de lieux qu'il faut absolument voir : Hollywood en fait assurément partie, même si l'on ne juge pas nécessaire de descendre de sa voiture. Il s'agit là encore de la manifestation d'un de ses nombreux arbitrages que les touristes sont amenés à effectuer en permanence, ici entre l'intérêt que l'on a pour une pratique et le temps à disposition. Néanmoins, cette façon de faire représente l'exception, la règle étant que les touristes s'y arrêtent pour une durée plus ou moins longue, généralement plutôt courte (c'est ce qui ressort de la consultation des commentaires sur TripAdvisor¹⁷⁷), comme on le remarque dans l'entretien effectué avec Joseph et ses amis (parisiens, la vingtaine, aux Etats-Unis pour une année dans le cadre de leurs études et effectuant un tour de l'ouest américain) :

- Donc là vous avez vu le Walk of Fame...
- Ouai, rapidement... une vingtaine de minutes.
- Combien de temps ?
- Une vingtaine de minutes.
- Une vingtaine de minutes seulement ?!
- Ouai.
- D'accord, vous partez à 11h... 30 minutes de trajet et 20 minutes de marche ?
- Ouai, c'est ça... Ouai, on peut pas vraiment dire qu'on a vu... enfin, on a marché quoi... - Mais au final, à part voir des étoiles... - Ouai, c'est ça, à part des traces de main... tu peux t'arrêter un quart d'heure sur chaque étoile, mais au final, une fois que tu en as vu une... C'est plus qu'il faut être devant une fois, et on l'a vu et voilà quoi... ça ne méritait pas de s'arrêter une demi-heure dessus quoi.

On peut estimer que cette durée d'environ 30 minutes est assez courte pour parcourir cet espace long d'un kilomètre et demi. Cela nous apporte un renseignement en creux : la plupart des touristes ne déambulent pas sur l'ensemble du WoF, mais se limitent à une petite partie. Un nombre non négligeable de touristes ne semble ainsi pas prendre le temps de flâner, ne réalisant pas l'une des pratiques pourtant classiquement constituante des manières de faire avec de l'espace de la part des touristes au sein d'une métropole.

¹⁷⁷ Avec de nombreux commentaires similaires à celui-ci : « *Graumans and the Walk of Fame take about 30 minutes, at most. The Walk of Fame runs along many blocks, but you get the idea after just a couple. The more you like it, the longer you'll walk.* ». Le post est disponible à l'adresse suivante : www.tripadvisor.com/ShowTopic-g32655-i61-k689688-Hollywood_Walk_of_fame_Grauman_s_Movie_Stars_Home_Tour-Los_Angeles_California.html

Photographies n°4, n°5 et n°6 : Touristes sur le *walk of fame*



D'une certaine manière, les touristes en restent à une pratique que l'on pourrait presque qualifier de sommaire, superficielle (« il faut en avoir une idée ») mais ne s'intéressent pas aux environs, aux bâtiments, ne souhaitent pas découvrir les « à côtés » du quartier. Pour étayer cette interprétation il faut remarquer qu'aucun touriste ne fait par exemple attention aux pancartes mises en place par le BID pour souligner en quelques lignes l'histoire (ou un fait marquant) des principaux bâtiments que l'on retrouve le long du Walk of Fame. Ce dispositif, qui témoigne d'une certaine volonté de patrimonialisation de bâtiments considérés comme historiques et emblématiques, mais concrètement peu mis en valeur et rarement restaurés, renforce la délimitation spatiale établie, les pancartes étant strictement à l'intérieur du périmètre d'action du BID. Ce faible intérêt est aussi dû à leur mauvaise disposition : en hauteur, ils sont difficilement visibles et ne permettent pas une lecture confortable, cela d'autant plus que les touristes ont le regard dirigé vers le sol (photographie n°4). Inversement certains *repeaters* (qui sont donc déjà venus à Los Angeles) n'hésitent pas à retourner sur le Walk of Fame, comme c'est le cas pour **Randle** par exemple :

- It's your first time in Hollywood ?
- No, it's my second time.
- Why do you come back here ?
- It's a good point, I enjoy seeing things sometimes for the second time, you have a different perspective and when there is something that you liked you want to see it again.
- What is your feeling about Hollywood and the Walk of Fame ?
- From someone who is living in another state and has seen these things only in television, I think the area is not as glamour as you expect, it's a little dirty, there is some stores that don't have shops, you have strange characters there, but the Hollywood Walk of Fame is a beautiful place, I see the Grammys theater, this is very reminiscent of enjoying the movies.
- But, you really enjoy this place ?
- I still enjoy it, even if it's less glamour and not exactly as I was expecting it, but I still enjoy it because it's historical.
- Did you take pictures about movies Stars ? Some particular pictures ?
- Sure, I took a picture of a couple of stars, the footprints in front of the Theater.
- You are searching some stars ?
- Not necessarily, I just walk there and see, if there's Michael Jackson for example...

L'agencement général du lieu, son urbanité en quelque sorte, est ici apprécié : Hollywood est l'un des rares endroits de Los Angeles où l'on peut faire l'expérience de cette ambiance urbaine au sein de l'espace public. Ainsi, tous les touristes se retrouvent « au même endroit » faisant de cette partie du Hollywood Bd l'un des seuls endroits à Los Angeles où, à n'importe quelle période de l'année (avec une saisonnalité relativement marquée en été), l'on peut faire l'expérience de la « foule urbaine » si caractéristique des métropoles (cf. photographie n°5)¹⁷⁸. Cela n'échappe pas aux touristes puisque, parmi les remarques qui reviennent quasi systématiquement (à la fois lors des entretiens que j'ai pu réaliser et dans les réactions sur TripAdvisor que j'ai consulté) on relève

¹⁷⁸ « L'urbain se définit comme lieu où les gens se marchent sur les pieds, se trouvent devant et dans des monceaux d'objets, entrecroisent jusqu'à ne plus s'y reconnaître les fils de leurs activités, embrouillent leurs situations de façon à engendrer des situations imprévues » (Lefebvre, 1970, p. 57).

celle qu'il y aurait trop de monde (« crowded » est le terme employé) à Hollywood. On retrouve ce jugement dans la réaction de cette utilisatrice de TripAdvisor, *jsanchez* (35-49 ans, de New York)¹⁷⁹ : « It was nice to seek out the stars on the ground just **be aware that it gets really crowded**. Everyone is walking around staring at the ground. There is always a crowd around the Michael Jackson star. It's good fun. A must do in Hollywood » (souligné par moi).

6.1.2.2. Les étoiles ne brillent pas à Hollywood

C'est une réflexion que l'on peut qualifier d'assez surprenante – qui plus est ici de la part d'une personne résidant à New York (qui donc, on peut en faire l'hypothèse, a l'habitude de la foule) – quand on sait qu'il y a très peu de piétons dans les rues de Los Angeles. Un tel encodage négatif de cette manifestation d'une certaine forme de sociabilité urbaine peut être expliqué par le fait qu'elle va à l'encontre de la pratique que les touristes veulent réaliser à Hollywood. En effet, les touristes ne viennent que pour voir les étoiles, parfois en recherchant celles de célébrités précises, comme **Scott**, qui revenait à Los Angeles pour la deuxième fois, et est retourné à Hollywood d'une part parce qu'il avait des demandes de la part de ses neveux pour trouver certaines étoiles (mission qui l'a amené à utiliser une carte sur internet pour trouver la localisation de ces dernières), mais également parce qu'il apprécie particulièrement la vie nocturne de Hollywood¹⁸⁰. Les propos de **SirRahikkala** – un homme entre 35-49 ans résidant à Helsinki (selon les informations de son profil TripAdvisor)¹⁸¹ – qui y est passé en mars 2013 donnent une description de ce qu'il est possible d'observer sur place :

The walk of fame is actually quite narrow walk way along the Hollywood boulevard. Every each of the stars is aligned to opposite direction so you need to rotate your head all the time to see names. Also while looking the stars, you feel you are obstructing peoples way. But hey, still worth to visit. There are amazing shops along the walk of fame ! You can find public parking spots at side streets from the walk of fame.

Le Walk of Fame est ainsi le théâtre de scènes assez étranges et relativement singulières, où les passants doivent sans arrêt adapter leurs trajectoires pour éviter les touristes assis par terre le temps d'une photographie souvenir à côté de l'étoile d'une célébrité qui leur tient particulièrement à coeur (cf. l'illustration n°54, récupérée lors de recherches sur Flickr, qui rend bien compte de la situation). De façon complémentaire, voici ce que nous raconte **CourtneyandDoug** une australienne (25-34 ans) qui a visité Los Angeles en septembre 2012¹⁸², sur son expérience du lieu :

¹⁷⁹ www.tripadvisor.fr/ShowUserReviews-g32655-d104576-r157337078-Hollywood_Walk_of_Fame-Los_Angeles_California.html

¹⁸⁰ C'est en effet l'un des quartiers les plus animés de la métropole : les touristes, seuls habitants du lieu avec les résidents du quartier, laissent la place les vendredi et samedi soir aux jeunes angelinos (les touristes sont assez rares) pour former les longues files d'attente (créées volontairement pour afficher la popularité du club, cela fait partie du "show") dans l'espoir (l'accès n'est pas évident pour le non-initié et assez coûteux) de rentrer dans l'une des boîtes de nuit.

¹⁸¹ www.tripadvisor.com/members/SirRahikkala

¹⁸² www.tripadvisor.com/ShowUserReviews-g32655-d104576-r15594146xxxx8-Hollywood_Walk_of_Fame-Los_Angeles_California.html#CHECK_RATES_CONT

We explored part of the Hollywood walk of fame on our own to look for Aussie stars. We only looked at two blocks of stars because the path is massive. Our tour guide suggested looking on the internet prior to visit or buying the directory book if looking for the location of a particular star. We were a little disappointed in the maintenance of the paths. Some stars and the paths around them were cracked or damaged. Definitely not as glamorous as the movies but still an iconic place to visit. Later we paid for a 1 guided tour which was very insightful our guide also showed us the one star inside the Dolby Theatre, Muhammad Ali's star.

Malgré la « simplicité » de l'agencement (une ligne droite), ces touristes ont ainsi fait appel à un guide, peut-être afin de ne pas « manquer quelque chose » (ce serait « trop simple pour être vrai » en quelque sorte) tout en profitant d'une mise en récit du lieu. Ce paradoxe que l'on peut repérer très fréquemment dans le discours des touristes : « on est déçu – en particulier à cause de l'état du revêtement à certains endroits – mais c'est iconique ». Le témoignage suivant – posté par **Rocyomama**, un utilisateur de TripAdvisor qui déclare résider à Rochester (New York)¹⁸³ –, particulièrement explicite, nous permet de constater que les touristes adoptent les mêmes découpages que ceux posés par les promoteurs touristiques :

« Well, the Hollywood Walk of Fame was pretty impressive, with thousands of people's stars. Some we knew, most we didn't. The area was clean enough, but if you walk east from Highland/Hollywood about 2 blocks, *you're just in any ordinary city*. There was nothing special about the area, except for the 1.5 city blocks that "represents" Hollywood (the Kodak theater). That small city block was beautiful with all the tourist attractions, and very well-kept. Walk 2 blocks in either direction and you're pretty much in the 'hood' (especially at night). It wasn't what I expected for the ever famous Hollywood Blvd to be. All in all, the stars were cool, as were the shops at Highland & Hollywood plaza. » (souligné par moi)

Ce touriste pose là un contraste définitif, une séparation absolue : au-delà d'un périmètre de « 2 blocks » autour du complexe *Highland / Hollywood*, c'est la ville ordinaire voire presque des quartiers sensibles (« hood »). Cet appréciation n'est pas unique, au contraire, puisque de nombreux récits et discours de ceux qui ont visité Hollywood Boulevard l'expriment, généralement en des termes moins précis. Cela tend à indiquer que les touristes respectent, confirment, reprennent et rendent pertinentes les délimitations proposées par les différents opérateurs institutionnels.

¹⁸³ www.tripadvisor.fr/ShowUserReviews-g32655-d104576-r128951863-Hollywood_Walk_of_Fame-Los_Angeles_California.html

Illustration n°54 :
Touriste posant à côté d'une étoile



Source : www.flickr.com/photos/chuhao/6083992996/

Photographie n° 6 :
Touriste posant avec un « comédien »



Le segment situé entre La Brea et Highland constitue le centre du lieu : c'est là où est situé le Kodak Theatre (lieu de cérémonie des oscars) et le Chinese Theatre¹⁸⁴ (photographie n°5) avec l'esplanade aux fameuses empreintes des célébrités (et où sont disposées les étoiles des personnalités les plus célèbres et les plus réputées actuellement) : la concentration des touristes y est la plus importante. Ce n'est donc pas étonnant qu'à cet endroit se placent les comédiens qui se déguisent en personnages de films pour se faire prendre en photographie avec les touristes en échange de quelques dollars. Un certain nombre de touristes se prennent au jeu (photographie n°6) : cette animation fait alors partie intégrante de l'enchantement du lieu pour eux, d'une mise en scène dans laquelle ils retrouvent la dimension cinématographique si emblématique de Los Angeles. Il faut cependant souligner que cette situation (contre laquelle lutte les autorités locales) n'est pas agréable pour tout le monde, comme en témoignent les propos (recueillis sur TripAdvisor) de *Nitoda* (une femme ayant entre 50 ans et 64 ans et résidant à Londres selon son profil, et dont la visite à Los Angeles remonte à juin 2012)¹⁸⁵ :

« There should be warnings about walking down this street, I was approached by someone in a scary costume who, despite my averting eyes, decided it was appropriate to get in my face. I screamed hysterically (I was terrified!) and had to return to the safety of my hotel, which was luckily only a block away. But really, if you don't like seeing movie monsters on the streets, don't risk it ! »

Cette touriste ne semble pas être habituée à ce genre de situation¹⁸⁶ caractéristique de l'urbanité métropolitaine (avec des sollicitations multiples et fréquentes) et ne dispose pas des compétences comportementales. Elle ne sait pas comment gérer l'altérité et comment se comporter face à une sollicitation au sein de l'espace public. Cela relève cependant plus du cas extrême que de l'expérience habituellement effectuée par les touristes ; elle rend compte néanmoins des nombreux commentaires sur TripAdvisor qui considèrent ces personnages comme un désagrément et de la difficulté que peuvent avoir certaines personnes à gérer cette intrusion dans leur pratique de l'espace public. Pour d'autres touristes, c'est le caractère populaire et « cheap » de la situation qui semble être déplaisante, comme pour *Robert G*, un homme ayant entre 25 ans et 34 ans, résidant à Londres, qui a visité Los Angeles en février 2013¹⁸⁷ :

« If you come here with the expectation of Hollywood glitz and glamour you will be very disappointed, this is crowded, very dirty and infested with idiots dressed up in terrible costumes trying to talk you into having a photo with them. It really ruins the whole experience of visiting when you have people begging you every few feet along the pavement when you are trying to look at the stars. The unfriendly people trying to get you to buy a hip hop CD from them are not nice at all, why would you buy a CD from a random person on the street unless you felt threatened to ? I haven't even

¹⁸⁴ Il s'agit du cinéma où se déroulent les avant premières de nombreux films, dont les séances sont ouvertes au public, même si bien souvent les touristes n'assistent pas à des projections et ne l'envisagent que comme un décor.

¹⁸⁵ www.tripadvisor.com/ShowUserReviews-g32655-d103401-r132035193-Hollywood_Boulevard-Los_Angeles_California.html

¹⁸⁶ J'ai relevé une même appréhension de l'espace public à Hollywood chez **Keredin**, touriste marseillais pour qui l'hôtel constituait un véritable refuge.

¹⁸⁷ www.tripadvisor.co.uk/ShowUserReviews-g32655-d104576-r153188584-Hollywood_Walk_of_Fame-Los_Angeles_California.html#REVIEWS

mentioned the array of drunk hobo's that litter the whole street. It really is a shame that they can't police it better and close off the tourist part of the street to the unsavoury characters as they completely ruin it. Oh and 90% of the shops here are just selling tacky souvenirs so there's not really any need to visit any of them. »

C'est un témoignage important pour savoir comment certains touristes font avec l'espace public, quelles appréciations ils ont pu en avoir : c'est une certaine description (je renvoie aux propos de François pour en avoir une autre vision et une façon de réagir par rapport à cette situation) de la « configuration sociale » du lieu, avec les relations entre les différents acteurs en présence dont nous disposons par ce biais. Cet extrait réunit l'ensemble des griefs et critiques des touristes qu'il n'est pas rare de lire sur Tripadvisor. On peut trouver étonnante cette réaction venant d'un homme, jeune, habitant une ville mondiale, face à ce qui s'apparente à n'importe quelle sollicitation auquel un individu peut être confronté dans une rue d'une métropole. Il faut peut-être l'entendre comme un autre indice du fait qu'habiter touristiquement une métropole est une manière différente de faire avec de l'espace : ce qui ne pose pas vraiment de problème au quotidien en devient un en situation touristique. Là où un résident ne fait que traverser rapidement et met en œuvre la *civil inattention*, le touriste, qui ne peut pas « passer son chemin » à moins de ne rien voir, est « à la merci » des sollicitations et ne peut pas profiter tranquillement du lieu.

6.1.2.4. Conclusion

De façon radicale, on constate donc que les touristes se concentrent strictement sur la portion du boulevard dont les limites ont été dégagées par les promoteurs touristiques locaux et les guides : au-delà ou à côté, dans n'importe quelle rue perpendiculaire, et il n'y a plus personne, on retrouve les trottoirs déserts correspondant à la situation normale à Los Angeles (cf. photographie n°7). Les touristes ne pratiquent pas le walk of fame dans sa totalité (c'est la tendance de fond qui ressort tout à la fois des observations, des entretiens réalisés et des discours envisagés sur Tripadvisor). Plus encore, si le Walk of Fame commence matériellement à partir de Gower (comme nous avons pu le relever dans la première partie), il n'y a aucun touriste entre Gower et Vine : les touristes qui marchent jusqu'à cet endroit « font demi-tour » au niveau de Vine pour revenir sur leurs pas en empruntant le trottoir opposé. Il s'agit là d'un découpage informel mais puissant de l'espace par les individus. Se promener, flâner, prendre son temps ne semble pas être l'objectif d'une majorité des touristes : l'idée est d'avoir un rapide aperçu des « étoiles » plutôt que de découvrir le quartier.

6.1.3. Conclusion

Los Angeles n'est pas à un paradoxe près : celle qui est le symbole de la *drive-in culture* a comme principale « attraction » touristique un trottoir composé d'étoiles en hommage aux célébrités du show-business. On a pu se rendre compte que les délimitations sont très puissantes à Hollywood, à la fois par les aménagements de l'espace urbain (le walk of fame est un apprêtement singulier

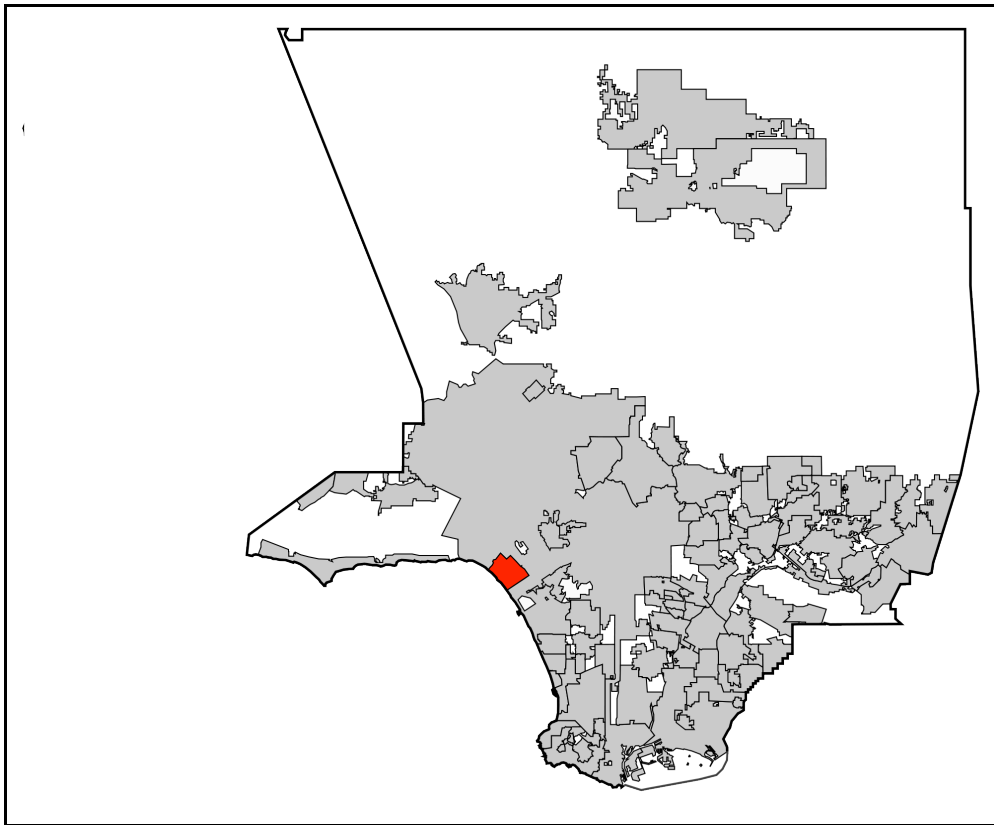
qui crée une distinction radicale par rapport au reste de l'espace public), par les discours des guides (s'ils énumèrent un grand nombre de lieux que le touriste peut pratiquer à « Hollywood », ils se focalisent malgré tout principalement sur une petite partie du Walk of Fame), mais également par les manières de faire avec de l'espace de la part des touristes, qui investissent une portion précisément définie, correspondant exactement à celle mise en valeur par les autorités locales et les guides touristiques. Les touristes n'ont pas de ruses, de tactiques par rapport aux dispositifs et à la configuration spatiale en place : ils n'explorent pas à pied les rues adjacentes, le quartier d'une façon plus ample, mais valident, confirment et actualisent le découpage spatial – qui s'effectue par la mise en scène de l'espace urbain – effectué par les promoteurs touristiques. D'une certaine façon, on peut dégager l'existence d'un « district » du divertissement qui tend à correspondre avec l'hypothèse du Central Tourist District (Duhamel & Knafo, 2007) autant par le nom officiel donné au dispositif institutionnel en charge de l'entretien du lieu (Hollywood Entertainment District) que plus encore par la présence massive et très localisée des touristes. Parallèlement, il est assez surprenant de constater comment un certain nombre de touristes ont du mal à gérer où apprécient mal ce que l'on peut pourtant considérer comme les éléments classiques d'une urbanité métropolitaine (la foule mais aussi les sollicitations diverses). Qui plus est, une large majorité des touristes ne sont là essentiellement que pour « avoir une idée » des étoiles et ne s'intéressent pas, par exemple, à la dimension historique du lieu, à l'architecture des bâtiments, etc. S'il y a bien la *promenade* (en tant qu'infrastructure : le trottoir aménagé), il n'y a donc pas forcément la *Promenade* (en tant que pratique)¹⁸⁸. La monumentalité de l'espace urbain à travers sa dimension historique, patrimonialisée – ressort de la pratique touristique du modèle classique de la métropole (cf. chapitre 1) – n'est pas au cœur de la pratique d'Hollywood par les touristes : aucun (à part les exceptions) ne prend en photographies les immeubles ni en fin de compte ne les appréhende réellement du regard et ainsi les engage à travers le *tourist gaze* (Urry, 1990). Cela alimente la question de savoir pourquoi ils visitent Los Angeles (et peut-être, si l'on ose une telle généralisation, les métropoles dans leur ensemble). Est-ce pour l'urbanité de cette (ces) dernière(s) ? Voyons ce qu'il en est pour le deuxième exemple choisi toujours dans l'optique de traiter cette question des délimitations spatiales des lieux touristiques.

¹⁸⁸ Je reprends ici une distinction que nous avons pu établir entre cette pratique (avec une majuscule) et le dispositif matériel qui en est l'une des conditions de possibilités (Stock et Lucas, 2012).

6.2. Ocean Front Walk

La seconde situation que nous allons maintenant envisager est un espace bordé au nord par Santa Monica (municipalité autonome cf. illustration n°55) et au sud par Venice Beach (qui fait partie de la municipalité de Los Angeles). Il s'agit de deux lieux qui sont assez opposés, la première étant relativement bien entretenue et plutôt huppée, la seconde cultivant un aspect bohème, Venice Beach. Ces deux lieux contigus sont notamment reliés par une promenade qui longe presque toute la longueur du littoral de Los Angeles, sur près d'une quarantaine de kilomètres. Je ne vais donc en considérer ici qu'une partie (cf. illustrations n°56). La focalisation sur cette portion du littoral et non sur une autre se justifie par le constat de la présence massive de touristes à cet endroit. C'est également un lieu qui est revenu systématiquement lors d'entretiens avec les touristes (et l'on peut également le vérifier sur la « carte FlickrR » rapportée dans le chapitre 3).

Illustration n°55 :
Santa Monica, une municipalité du comté de Los Angeles



Source : http://commons.wikimedia.org/wiki/File:LA_County_Incorporated_Areas_Santa_Monica_highlighted.svg

Des séances d'observation le long du littoral permettent de confirmer que les autres *Beach Towns* (les municipalités de Marina del Rey, Redondo Beach, Hermosa Beach, Manhattant Beach, Palos Verdes)¹⁸⁹, situées au sud de Venice, de même que Long Beach, au sud de l'agglomération, sont beaucoup plus résidentielles : cela se caractérise par une fréquentation globalement moindre, confirmée par l'absence "d'infrastructures récréatives". On peut noter inversement la présence de ces dernières à Santa Monica et Venice Beach qui disposent respectivement d'un *Pier* – dont une partie est aménagée en un petit parc d'attraction – et d'une zone commerciale (un mall à ciel ouvert) pour la première et de boutiques de souvenirs et de nombreux restaurants. Il s'agit donc là d'une première délimitation : comme cela a été avancé dans le chapitre 3, ce sont des lieux qui ont été historiquement construits pour accueillir les visiteurs dès leur origine. Il faut entendre les visiteurs au sens large ici : alors que les gens que l'on retrouve à Hollywood sont essentiellement des résidents du quartier ou des touristes, Santa Monica est un lieu de recreation pour l'ensemble des angelinos (les fins de semaine, les congés et l'été). Nous nous concentrerons ici spécialement sur la manière dont les touristes font avec cet espace, comment ces derniers habitent effectivement ces deux lieux, ici considérés a priori comme « formant un tout ». Pour cela, et comme dans la première section, je procéderai en deux temps, en avançant tout d'abord des éléments qui permettent de comprendre comment ces lieux sont présentés, agencés, en révélant les découpages des opérateurs institutionnels et des guides. Ensuite, j'envisagerai les pratiques des touristes en croisant les observations que j'ai pu effectuer avec les discours qu'ils peuvent tenir sur ces lieux.

6.2.1. Les découpages effectués par les opérateurs

A nouveau, il s'agit premièrement d'envisager la configuration et le découpage de cet espace résultant des logiques administratives, mais aussi de sa présentation par les guides touristiques, la description de l'espace étant une opération plus ou moins implicite de découpage et de délimitation : entre ce qu'on dit et ce qu'on ne dit pas, les éléments que l'on présente, que l'on associe ou inversement que l'on dissocie, des choix sont effectués, des éléments mis en avant en occultant d'autres par la même occasion, cela pouvant avoir des incidences sur ce que font les touristes ensuite.

6.2.1.1. Les limites touristiques des opérateurs institutionnels

Intéressons-nous donc dans un premier temps aux limites administratives. Santa Monica est l'une des 88 municipalités du Comté de Los Angeles (cf. chapitre 3). De ce fait, elle dispose d'une autonomie très importante si ce n'est complète (ou presque), quant à son développement (ce qui n'était pas le cas d'Hollywood, qui fait pleinement partie de la municipalité de Los Angeles). C'est ainsi la municipalité de Santa Monica qui s'occupe de la maintenance de ses plages, et, comme j'ai pu l'observer, sa police municipale s'arrête précisément aux limites administratives de la

¹⁸⁹ D'ailleurs ces municipalités ne possèdent pas d'office du tourisme, à part Marina del Rey pour son port de plaisance.

commune lors de ses patrouilles sur la plage (cf. photographie n°9), au « beau milieu de nulle part », la limite entre Los Angeles et Santa Monica n'étant pas matérialisée sur la plage.

**Photographie n°9 :
Une patrouille de la police de Santa Monica sur la plage**



Pour disposer d'une première compréhension de la façon dont la dimension touristique de Santa Monica est envisagée institutionnellement, nous utiliserons un entretien que j'ai pu mener avec Rihanna et Loren, respectivement manager et directrice du département « sales and services » du Convention & Visitors Bureau de Santa Monica. Pour illustrer le problème que nous traitons dans ce chapitre, celle de la délimitation spatiale des lieux touristiques, je reproduis ici le passage où la discussion s'articule sur la place de la municipalité par rapport à l'ensemble de l'agglomération et notamment aux autres « office du tourisme »¹⁹⁰, afin d'avoir une idée plus précise de comment Santa Monica s'inscrit dans ce contexte politique, et d'autre part sur leur vision de la manière dont les touristes peuvent envisager ce lieu (ce qui nous permettra de la confronter avec ce que disent les individus) :

- You don't work with other CVB ?
- We're all smaller than LA. LA INC has their whole area that they cover and where we fall into it but we don't because our interest does have his own CVB. We want the business here in Santa Monica first, if we don't give the business here we want to give it to our Westside partners which is West Hollywood, Beverly Hills and Marina del Rey. We have a partnership. If they don't want to go in that bubble we want them in LA, because we want at least them to get them here for the day if they don't stay here in a hotel room. We work with everybody but LA has such a huge budget difference between what we are, we operate on 2.2 million dollars a

¹⁹⁰ S'il y a 88 municipalités, seules une dizaine d'entre elles se sont dotées d'un tel organisme, que l'on peut alors véritablement considérer comme un marqueur discriminant de la touristicité supposée d'une municipalité.

year, they operate on 20-30 million. They have a huge marketing power, they can pay advertising, they can be a market sale we cannot reach, we can actually pick 1, 2 or 3 international markets and focus on because we don't have the budget to be everywhere, so that's why the 4 of us get together to have a bind power, so we do a cover up. We do advertisement together as the west side of LA, we know what LA Inc does on our budget, so we're trying to partner up with the other 3 smaller ones to say we want to give a branding to what the west side of LA is, because there are 4 best places in LA.

- And what are your relationships with Venice beach ?

- Yeah, they don't have a CVB, they are part of LA county, we look at them like a crazy next door neighbour, but really cool, that's where we hang out, but we don't work directly with them, there's one hotel located there but it's kind of quality wise enough, it would be something we would like to sell if we could, but we really only can represent Santa Monica businesses because that's the way we are founded. But there are always groups in town that are taking around a tour, get their bike and ride down there. For the overflow, if we can't feed it, we go to our Westside partners, we go to Venice as well and ask that particular hotel if they are able to hold them because of their location.

Ainsi, le CVB de Santa Monica entretiendrait très peu de liens avec Venice Beach, son « voisin un peu fou » pour reprendre l'expression utilisée par mon interlocutrice. Cela pourrait s'expliquer par le fait qu'il n'y a pas d'interlocuteur propre à ce quartier, qui fait partie de la municipalité de Los Angeles. C'est en tout cas un premier indice indiquant qu'il n'y a pas une volonté de constituer une « destination balnéaire » autour de ces deux pôles. Cela s'inscrit surtout dans une stratégie politique plus large. L'interlocutrice tient en effet ici un discours qui défend explicitement une logique de distinction de Santa Monica vis-à-vis de Los Angeles. Et cette distinction semble s'effectuer moins à travers la mise en avant de la dimension balnéaire du lieu que sous la forme d'une coalition entre les CVB des petites municipalités du « Westside » – j'ai effectivement retrouvé le même type de propos chez mes interlocuteurs des CVB de Beverly Hills et West Hollywood. La taille des objets spatiaux que sont les municipalités est donc l'argument principal avancé pour justifier cette démarche : on constate bien là comment les opérateurs font intervenir et mobilisent cette dimension scalaire, comment ils savent discriminer le petit du grand, pour soutenir et fonder leurs actions. La petite taille n'est pas le seul point commun de ces quatre lieux : ce sont aussi – et peut être surtout – des municipalités riches. Les hôtels se positionnent sur une clientèle « haut de gamme », et cela est facilement constatable à partir du prix moyen d'une chambre. En réalité, on peut remarquer que l'interlocutrice fait, très subtilement et à tour de rôle, référence à deux Los Angeles différents dans ses propos : celui correspondant à la municipalité (« LA has such a huge budget ») et celui correspondant à la destination (« we want them in LA »). Elle tient là compte du fait que la plus grande partie des touristes présents à Santa Monica n'y ont pas leur hébergement : cette municipalité bénéficie de la centralité dont dispose l'agglomération dans son ensemble. De façon étonnante, Los Angeles n'est pas considérée comme une seule et unique « destination » dans ce discours. Aussi, c'est pour essayer de comprendre son point de vue sur la manière dont les touristes peuvent envisager Santa Monica que je lui pose alors les questions suivantes :

- But, for tourists, Santa Monica can't exist without LA !
- It's hard, we have certain tourists that are very familiar with Santa Monica, and as I say we don't want to associate with LA. Others understand on their own there are differences between Santa Monica and LA. We're torn between the 2 schools of thought. For our market, we want tourists to be in Santa Monica. We know what we have is very different than LA. It's the beach culture vs LA culture. You hear both ways. I think it depends on people's familiarization with the brands.
- Do you think tourists make a difference between Santa Monica and LA ?
- Domestically, I think people who are from NY or San Francisco, urban markets, are familiar with what Santa Monica is, they have been here before they know what it is, they have a definitely different vision of what Santa Monica is vs. LA. People who haven't been here before, maybe from other parts of the world or from the Midwest of the US, they just have this idea of what Santa Monica is and LA is in their head, probably they don't know what Santa Monica is until they get here. But I think for people who live here and who visit, after visiting they see there is a huge difference culturally of what it is, and even in LA County, if you're going to Santa Monica for the day, you don't say you're going to LA, you say you're going to Santa Monica. But if you were coming from France you will probably say "I'm going to LA". But then once you've been here and you've been around, you understand the difference. We definitely differentiate our community from the rest of LA. Everybody has got a very specific identity, Beverly Hills has one way, West Hollywood is differently something else, Marina Del Rey also. It would be stereotype to describe how are the persons that live there.

Mon interlocutrice pose ainsi une « différenciation définitive de sa communauté du reste de Los Angeles ». Pour cela, elle fait intervenir une opposition entre la « beach culture » de Santa Monica et une « LA culture » (i.e. urbaine), distinction qui n'est pas si évidente que cela, dans la mesure où Venice Beach ne constitue pas, comme elle le soulignait elle-même dans le passage précédent, un partenaire privilégié pour eux. Le critère déterminant est selon elle le degré de familiarité plus ou moins important des touristes - elle différencie différents types de clientèle selon leur origine (ceux qui viennent des métropoles américaines, ceux des états plus faiblement urbanisés et les étrangers).

6.2.1.2. Les délimitations des guides touristiques

Comment les guides touristiques présentent-ils ces deux lieux ? Quels discours tiennent-ils sur eux ? Poser maintenant ces questions nous permettra d'apprécier ensuite le décalage ou la correspondance avec ce qu'en disent les touristes. Remarquons tout d'abord que Santa Monica fait partie intégrante des guides sur Los Angeles : pour les guides cela n'est donc pas une « destination en soi » mais un lieu parmi d'autres d'une « destination » plus vaste, Los Angeles. Inversement aucun guide sur Los Angeles n'omet Santa Monica : de façon certaine, l'un ne pourrait aller sans l'autre.

Illustration n°56 :
Les quartiers touristiques de Los Angeles par le *Time Out* et le *Rough Guide*



Maintenant, si l'on se penche sur la manière dont les guides envisagent cet espace par rapport aux autres quartiers de l'agglomération, le « découpe », on peut constater que le *Time Out* propose un chapitre « Santa Monica & The Beach Towns » (les autres beach towns étant Venice Beach et Marina del Rey) tandis que le *Rough Guide* distingue un chapitre « Santa Monica and Venice Beach » d'un autre regroupant la partie sud du littoral, « The South Bay and LA Harbor » (cf. illustration n°56). Cela nous permet de tirer deux principaux enseignements. D'une part que Santa Monica constitue véritablement le pôle de cette partie de l'agglomération : c'est le lieu qui est systématiquement mis en valeur, que les guides dégagent tout particulièrement, en en faisant ainsi une priorité par rapport aux autres « beach towns ». Ensuite, et cela n'est pas anodin, les guides l'intègrent à chaque fois dans un « espace balnéaire » plus large : avec Venice Beach dans un cas, avec l'ensemble du littoral dans l'autre. De ce point de vue, les guides font la promotion de la « beach culture ». Voici comment le *Rough Guide* introduit son chapitre :

Located on the western edge of LA, the contiguous beach districts of Santa Monica and Venice supposedly represent two different sides of LA : Santa Monica, the trendy, well-heeled liberal enclave with its chic galleries, shops, and coffeehouses ; and Venice, the offbeat, anarchic focus of dive bars, junk emporia, and fringe galleries. This is more of a false stereotype than reality, since the beachside blocks of each city are increasingly similar, lined as they are with upscale condos and expensive hotels, and driving north on Main Street, it can be hard to discern exactly where Venice Stops and Santa Monica starts.

Quelles informations peut-on retirer de ce passage ? Cet extrait délivre une description qui oppose ces deux lieux, tout en objectant que cela relève de stéréotypes. Car le guide insiste plutôt sur la proximité de ces deux endroits (de façon similaire, le *Guide du routard* (2011, p.499) présente Santa Monica comme le « prolongement naturel de Venice vers le nord »), proximité spatiale, ils sont contigus, mais aussi sociale, puisqu'ils tendraient à se confondre. Toutefois, ces deux lieux sont juxtaposés plus que véritablement assemblés : le guide (et on peut constater une façon de faire identique pour les autres collections) n'établit pas de liens entre les deux lieux. La longue

promenade de bord de plage qui sert de trait d'union entre ces deux entités n'est pas réellement mise en valeur par les guides, au contraire : d'un côté, l'on retrouve Santa Monica avec son Pier, la 3rd street promenade et sa plage, de l'autre Venice Beach avec sa plage et sa promenade. Ce n'est pas considéré comme un ensemble : d'ailleurs, et même si l'aspect pratique intervient, ce sont bien deux plans distincts que propose le Rough Guide pour ces deux lieux, opérant une coupure symbolique (cf. illustrations n°57). Poursuivons l'analyse et focalisons-nous à présent sur ce que dit le Time Out de ces deux lieux. Commençons par Santa Monica :

It's easy to see how people get drawn to Santa Monica, and why it's become the hub of LA's West Side. With the Santa Monica Mountains to the north and the shimmering Pacific to the west, the palm tree-lined cliffs and year-round sun tempered by ocean breezes, its natural surrounding couldn't be bettered. The roads, buildings and gardens that have grown up around it are immaculate: clean, tidy and easy on the eye. Outside of the frequent fogs, the living is easy in Santa Monica, especially if you've money in your pocket.

Il s'agit là d'une véritable entreprise de délimitation, qui commence par l'énumération des « limites naturelles », physiques. Ensuite le discours met en avant un climat particulier qui n'appartiendrait qu'à Santa Monica, une proximité à la nature mais également et surtout un aménagement spécifique. Tout y est fait pour recevoir le visiteur selon la description : l'espace public est ordonné logiquement, accompagné d'une mise en scène agréable pour le regard, propre, bien entretenu, accueillant. L'ultime démarcation étant financière, le guide sous-entend en conclusion que l'endroit n'est confortablement accessible qu'aux personnes aisées. En creux, c'est en quelque sorte tout ce dont ne disposerait pas Los Angeles. On peut considérer cela comme l'établissement implicite d'un contraste par rapport à la configuration urbaine que représente le reste de la métropole. Envisageons maintenant les propos du même guide sur Venice :

In the 21st century, it's as much of a tourist attraction as the Hollywood Walk of Fame – the henna tattooists, abysmal performers and chips-cheap stalls recall nothing so much as Greenwich Village or Camden Market under the sun. But for all its tackiness and exaggerated attempts at eccentricity, the Boardwalk continues to entertain. From skateboarders to radical pamphleteers, from romancing couples to steroid-stuffed bodybuilders at Muscle Beach, the people watching is tremendous. And while the goods and services on offer are largely junk (cheap sunglasses, cheaper T-shirts, inedible snacks), there are a few beacons of civility along here. (Time Out, 2006, p.80)

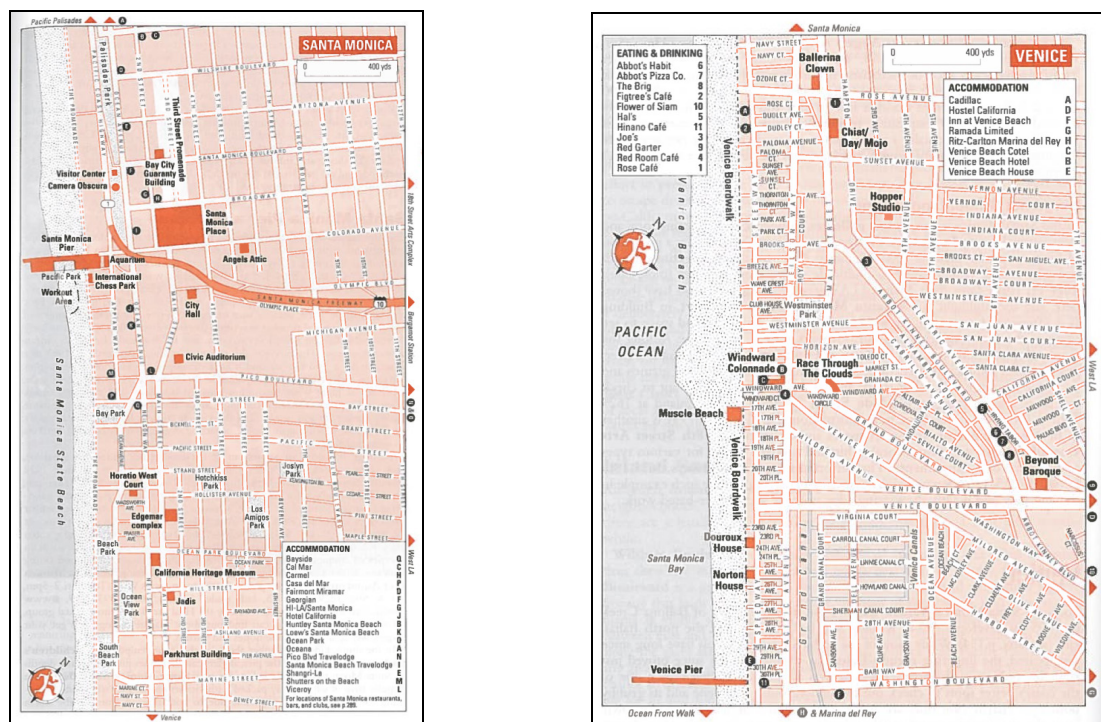
Trois messages sont véhiculés dans ce passage. Le premier donne une indication au touriste quant à la position du lieu dans la hiérarchie des lieux touristiques de Los Angeles : le guide le situe au même niveau que le Walk of Fame. Le deuxième élément qui ressort tient de l'ordre de la description factuelle du lieu : excentrique, bas de gamme, peuplé de tatoueurs et de mauvais artistes mais divertissant. Le troisième aspect est une comparaison de Venice avec des lieux d'autres métropoles (New York et Londres) qui semblent similaires¹⁹¹ : il est fait ainsi appel aux

¹⁹¹ L'intervention co-réalisée avec Amandine Chapuis (Chapuis et Lucas, 2011) dont il a déjà été fait mention dans le précédent chapitre, avance sur cette question l'hypothèse que les guides construirait des "lieux touristiques

expériences passées des touristes, à leur capital spatial, pour leur donner une idée du lieu. On repère ici très distinctement le décalage qu'il y a par rapport au discours tenu sur Santa Monica. L'autre élément qu'il convient de souligner est que pour l'ensemble des guides, les « vestiges » des canaux (qui sont à l'origine du nom du lieu – cf. chapitre 3) ne sont pas mis en avant – il n'en est pas fait mention dans le paragraphe introductif des chapitres ni ne bénéficient d'une sous partie avec un titre spécifique – mais sont évoqués rapidement au « fil du texte » : les guides ne dégagent pas particulièrement ce site et le présentent de façon assez confuse, comme on peut le constater par exemple pour le guide du routard :

« Aujourd'hui, il subsiste encore quelques ponts et maisons d'inspiration vénitienne, notamment sur Windward Street ou sur Ocean Front Walk (...) précisons que Venice a plusieurs visages et qu'il serait dommage de réduire votre visite à sa seule plage. Outre dans la partie vénitienne, plus résidentielle, paisible et romantique que le bord de mer, il fait bon flâner sur l'Abott Kinney Boulevard (principalement entre Main Street et California Avenue). C'est dans cette rue bordée de petites maisons colorées que se concentrent la plupart des bars et cafés de Venice où les locaux se retrouvent le soir pour boire un verre, dans une ambiance plus bobo que baba. » (guide du routard, 2011 p.505).

Illustrations n°57 : Les plans de Santa Monica et Venice dans le Rough Guide



génériques” des métropoles, c’est-à-dire des types de lieu qui reviendraient systématiquement et participeraient d’une co-construction similaire de la dimension touristique des métropoles

6.2.2. Les délimitations spatiales du point de vue des touristes

Les promoteurs de Santa Monica proposent donc un discours reposant sur une forte logique de distinction par rapport au reste de l'agglomération et surtout par rapport à Los Angeles. Il s'agit là indéniablement d'une certaine forme de découpage et il convient maintenant de comprendre comment les touristes font effectivement avec cette configuration, quelles sont les manières de faire des individus avec cet espace et comment les compétences interviennent dans ces pratiques.

6.2.2.1. Les pratiques balnéaires de Santa Monica

La *Third Street Promenade* est un endroit majeur de Santa Monica, il en constitue le centre-ville, la zone commerciale, et les touristes qui ont leur hôtel à Santa Monica, y passent quotidiennement, comme en attestent les propos sur TripAdvisor de *shellsb*, dont le profil indique que c'est une femme ayant entre 35-49 ans, venant de Newcastle (Australie)¹⁹², qui a visité Los Angeles en mars 2013 : « we walked along the promenade several times during our stay. There were many good restaurants, shops, a cinema and musicians playing in the street. A nice place for a walk during a visit to Santa Monica ».

Photographie n°10 :
La Third Street Promenade



¹⁹² www.tripadvisor.com/ShowUserReviews-g33052-d103427-r158239500-Third_Street_Promenade-Santa_Monica_California.html

Cette allée s'apparente véritablement à une rue piétonne, peut-être devrait-on dire plus exactement un *mall* à ciel ouvert (il n'y a pas de logements sur cet axe, uniquement des commerces), caractéristique qui la distingue singulièrement du reste de l'espace public, d'autant plus qu'elle est matérialisée par un aménagement très soigné¹⁹³ (photographie n°10) que les touristes savent apprécier, comme *lisanneC*, une touriste de Vancouver, qui y est passée en avril 2013¹⁹⁴ : « I like that this is still off limits to cars and that the street performers can still perform amongst the throngs of people and shops. There is a good selection of high end, chain and affordable shops, so that everyone can find something ». C'est bien ce décalage en termes de métriques qui rend pertinent la limite. Cet aménagement provoque une rupture avec le reste de l'environnement urbain. Les rues piétonnes – où les piétons ont une place importante – sont très rares à Los Angeles : cela constitue donc une configuration spatiale singulière, très appréciée également des angelinos.

Le principal attribut du lieu pour les touristes reste quand même son caractère balnéaire. C'est ce qui transparait du témoignage de *Kenpat*, un touriste d'une quarantaine d'années résidant à Kelowna BC (Canada) et qui est passé à Los Angeles en avril 2013¹⁹⁵ : « Enjoy stopping here to grab a bite to eat after a long beach bike ride. Lots of shops to check out and many restaurants to enjoy. Open air mall is very nice and has great public couch style seating at the top level ». La pratique de la Third Street Promenade par les touristes est, pour les touristes, très largement couplée avec celle de la plage (cela en constitue la porte d'entrée, avec les nombreux parkings disponibles). Les deux photographies suivantes nous permettent d'avoir une représentation de l'agencement du front de mer à Santa Monica. La première photographie (n°11) témoigne de l'emprise de la métrique automobile repérable à l'autoroute qui rend nécessaire la présence d'une passerelle pour l'enjamber et passer de la ville à la plage, mais également par l'imposant parking aménagé à proximité du Pier, dont on distingue les différentes infrastructures de récréation. La deuxième photographie (n°12) est prise du point de vue opposé, c'est-à-dire depuis le Pier. Elle permet d'avoir une petite idée du développement urbain qui a été réalisé à cet endroit, que l'on peut qualifier de dense, avec des hôtels – les principaux bâtiments que l'on peut voir sur la photo – construits en hauteur. Cela nous permet également de constater la fréquentation de la plage lors de la fin d'après-midi d'une journée d'été. J'ai en effet pu constater (et la photographie n°X en est aussi un indicateur possible) qu'il y avait beaucoup de touristes (que j'ai pu repérer grâce à leur équipement – sac à dos, appareils photo – et plus encore par leurs langues quand ils sont étrangers) qui restaient plusieurs heures sur la plage l'été, comme ces **trois amis Irlandais** (autour de la trentaine), que j'ai rejoints dans leur partie de rugby sur la plage alors qu'ils venaient à peine d'arriver à Los Angeles (depuis Santa Barbara), ou encore ce **groupe de jeunes hommes** qui venaient de Boston (qui avaient tous les équipements nécessaires pour une pratique intégrale de la plage et pour qui Los Angeles semblait être avant tout une destination balnéaire) pour ne citer que les rencontres aussi éphémères que marquantes.

¹⁹³ Cette distinction spatialement matérialisée est renforcée par un statut administratif particulier, dans la mesure où il est par exemple interdit de fumer ou de rouler à vélo.

¹⁹⁴ www.tripadvisor.com/ShowUserReviews-g33052-d103427-r158325895-Third_Street_Promenade-Santa_Monica_California.html

¹⁹⁵ www.tripadvisor.com/ShowUserReviews-g33052-d103427-r158418052-Third_Street_Promenade-Santa_Monica_California.html

Photographie n°11 :
Le *Pier* de Santa Monica



Photographie n°12 :
Le front de mer de Santa Monica vu depuis le *Pier*



Un nombre important de touristes n'hésitent pas à s'installer sur la plage, préférant ainsi y passer du temps plutôt que de découvrir le reste de l'agglomération¹⁹⁶. Cela semble être une composante importante de l'expérience de Los Angeles. Et cela pas seulement l'été, comme peut en attester le cas de **Joseph** et ses amis (Joseph ayant été mon principal interlocuteur, les autres n'intervenant que très ponctuellement)¹⁹⁷ que je développerai en m'appuyant sur un long extrait de l'entretien que j'ai réalisé avec eux en janvier 2012, lors de notre rencontre au McDonald d'Hollywood, alors qu'ils déjeunaient à côté de moi :

- Et ça fait combien de temps que vous êtes à Los Angeles ?
- Deux jours là.. avant-hier.
- D'accord. Et donc vous êtes allés voir quoi pour l'instant à Los Angeles ?
- On s'est fait la plage, surf. - Surf !
- Ah bon ? Vous avez loué des planches ?
- Ouai
- C'était prévu ?
- Non, pas vraiment. Non, je ne sais pas, on est allé sur la plage et nos amis étaient déjà venus quelques jours auparavant à Los Angeles, et ils en avaient fait et ils nous ont conseillé d'essayer et voilà quoi... c'est marrant, on a passé une après-midi à ça, c'était pas hyper cher... 20 dollars...
- 20 dollars ? D'accord... Et c'était où précisément sur la plage, c'était à Malibu, sur... ?
- Sur la plage de Santa Monica...
- Ok. Et vous vous êtes un peu baladés dans Santa Monica même, ou, uniquement... ?
- Non... pas tellement en fait ! On n'a pas trop visité Santa Monica même. - En fait, on a un appartement là-bas...
- D'accord
- Et ... je sais pas, on vient d'arriver honnêtement, on n'a pas encore établi un programme précis
- (...)
- Et donc quel est votre programme à Los Angeles ?
- Un peu les trucs touristiques quoi... On a un routard... j'étais en train de me dire qu'on l'avait perdu. Ah non il est là... On regarde un peu les trucs les plus intéressants à voir. Ouai, on regarde un peu le routard, et puis sinon après... On n'est pas des super touristes, genre à la chinoise, on peut aussi perdre deux heures sur une terrasse à prendre un verre... *Ou alors aller glander sur la plage*, enfin... voilà ! Tout le monde ne fait pas forcément ça, mais bon, après...
- Pour vous ce n'est pas important... Enfin, il n'y a pas une "productivité" nécessaire, il n'y a pas... un rendement... Ou est-ce qu'il y a des choses que vous voudriez absolument voir ?

¹⁹⁶ Pour comprendre cette façon de faire, il faut notamment garder à l'esprit que la pratique de Los Angeles s'inscrit pour une large majorité de touristes non américains dans un circuit de la Californie. Cela peut ainsi être considéré comme une halte, un moment de détente. On peut également faire l'hypothèse que les touristes américains, pour qui Los Angeles est plus proche, ont plus tendance à mettre en avant sa dimension littorale que sa dimension urbaine.

¹⁹⁷ Etudiants d'une vingtaine d'années, originaires de la région parisienne, ils passaient une année à Chicago dans le cadre de leurs études et profitaient de vacances scolaires pour effectuer un tour de la Californie dont Los Angeles était une étape.

- Bah, Los Angeles, j'ai regardé dans le guide... Bah, si tu veux, on est loin des trucs internationalement connus comme à New York, ou même à Chicago, où il y a l'institut d'art moderne qui est hyper connu, j'ai regardé dans le routard et il disait... ouai, "on vous conseille d'aller au cimetière des animaux, c'est unique" ... Ouai, j'imagine, enfin bon... Enfin voilà, Hollywood Boulevard, on a vite fait le tour quoi...
- Vous l'avez fait ce matin, c'est ça, Hollywood Boulevard ?
- Ouai. Je sais pas... Ouai, il y a les plages. Bon d'accord, c'est sympa à faire, mais bon, ce n'est pas vraiment du tourisme. Je ne sais pas... les musées, c'est quoi, c'est les musées du Guinness des records, enfin, c'est madame Tussauds, enfin... Je ne veux pas faire l'élitiste, mais bon, c'est pas...
- Pour vous il n'y a pas beaucoup de choses à faire donc ?
- Ouai, au niveau culturel, c'est quand même moins bien que New York ou Chicago...
- (...)
- Ouai. En plus, les trucs, Beverly Hills, Bel Air, c'est à voir, mais il n'y a pas grand-chose à faire. C'est pour ça que nous on est là pour une semaine... et avant, on était à San Francisco, on a passé moins de temps à San Francisco, on va en passer plus à Los Angeles, parce que nos amis nous ont dit "ouai, c'est super, et tout machin", et... et... voilà, là je suis en train de me dire qu'il y avait sûrement plus de trucs à faire à San Francisco qu'à Los Angeles.
- (...)
- D'accord.. Ce sont des amis américains qui vous ont dit ça, ou... ?
- Non, des amis français qui sont déjà allés, ou... ou même ce que l'on peut en voir à la télé, tout ça, enfin,... mais bon voilà, au final, quand on se balade, bah... *il y a certaines rues qui sont très typiques, très américaines, Hollywood, et tout ça, ça brille... et puis voilà, les 60 autres rues à côté, enfin... il n'y a rien d'intéressant.*

Rebondissons sur la dernière phrase de l'extrait qui concerne explicitement le problème qui nous préoccupe ici : c'est clairement une délimitation qu'effectue Joseph en faisant la distinction entre certaines rues et le reste de l'agglomération. D'autre part, nous comprenons grâce à ce passage que non seulement ils ont choisi de rester à Santa Monica pour leurs deux premiers jours à Los Angeles, mais plus encore qu'ils n'ont pas visité cette partie de la ville mais plutôt profité de la plage pour se détendre (cf. photographie n°13). Gardons à l'esprit, pour comprendre plus précisément les logiques de cette pratique, l'écart important qu'il y a d'un point de vue climatique entre le climat méditerranéen de Los Angeles et celui plus rugueux que l'on a habituellement à Chicago à la même période de l'année : on est en janvier, en plein hiver, il fait une vingtaine de degrés, et ils ont la plage pour eux tout seuls. D'un autre point de vue, on peut toutefois considérer que le fait d'être dans l'une des plus grandes métropoles, à l'autre bout du monde, et de se limiter à une pratique de détente au lieu de découvrir les différentes facettes de la métropole (en se promenant dans les rues notamment, pratique peu coûteuse¹⁹⁸) est une manière de faire particulièrement étonnante : ces touristes, qui représentent un nombre important de cette population, ne sont visiblement pas à la recherche d'urbanité, au moins à Los Angeles.

¹⁹⁸ Leurs finances ayant été "mises à mal" (pour reprendre leur expression) avec leur séjour à Las Vegas

Photographie n°13 :
Photographie postée par Joseph sur sa page facebook



On retrouve à nouveau l'importance des guides au sein des pratiques touristiques : la manière de faire avec de l'espace de la part de ces touristes est considérablement informée par le traitement des informations qu'ils ont pu faire à partir de la lecture du Routard. Or, selon les propos de Joseph, il ressort de cette consultation qu'il n'y aurait pas grand-chose de vraiment intéressant à voir à Los Angeles, pas de musées « dignes de ce nom » en quelque sorte – on peut pourtant recenser au moins quatre musées disposant de collections importantes et de niveau international à Los Angeles, avec le Museum of Contemporary Art (MoCA), le Los Angeles County Museum of Art (LACMA), le Getty Center et la Villa Getty – : cette interprétation réduit alors considérablement le champ des pratiques possibles de leur point de vue. On peut défendre l'idée que ces touristes ne disposent pas des compétences cognitives nécessaires – l'outil (le guide « du routard ») à leur disposition n'étant sans doute pas le plus adéquat – pour réaliser à Los Angeles ce qu'ils considèrent être les pratiques touristiques métropolitaines. Il est possible d'aller plus loin dans l'interprétation de leur discours et de faire l'hypothèse que c'est l'étalement de l'espace urbain et la configuration de l'espace touristique qui perturbe (et handicape) ces touristes dans leur « manières de faire », Los Angeles étant mise en perspective avec les trois métropoles américaines s'approchant du modèle européen (San Francisco, New York et Chicago), avec des métriques pédestres très développées, et où l'espace des pratiques touristiques se concentre essentiellement au niveau du centre-ville. Ce n'est pas le cas ici, et les musées cités à l'instant sont relativement éparpillés, bien qu'étant tous localisés dans le West Side. Cela peut désorienter les touristes qui ne savent pas comment faire avec cet agencement. On retrouve une situation proche dans le cas de **Danny**, un australien d'une vingtaine d'années qui a voyagé à travers le monde durant l'année écoulée avec un ami et qui a séjourné deux semaines à Los Angeles avant de rentrer chez lui. Je l'aborde sur la passerelle à Hollywood, la veille de son départ :

- So, it's your last day and your first time in Hollywood ?
- Yes
- You haven't visited downtown LA or Beverly Hills ?
- No. We are doing that today.
- What places of LA did you visit ?
- The beaches around Santa Monica, downtown Santa Monica.
- Your hotel is there ?
- Yes, Santa Monica hotel.
- Why did you choose Santa Monica for your hotel ?
- My friend choose Santa Monica because there are the beaches there
- Do you think it's a good location ?
- Yes, very good
- But you stay mostly in Santa Monica or you visit other places ?
- No, it is the first time I am in Santa Monica so I prefer to stay on the beach.
- What are you doing in Santa Monica ?
- We do shopping, we went to cinemas, sightseeing, we just stay on the beach.
- Do you surf ?
- I surf in Australia, but now the water is too cold
- Do you rent a bike ?
- Yes, the bike is great, for 25 dollars you have 4 hours and you can ride along the beach, it's great.
- It's very small Santa Monica !
- It's not that big but for us it's great because everything is so close.

Ainsi, Danny et son ami ont passé deux semaines à Santa Monica sans visiter les autres quartiers de Los Angeles. Bien sûr, il s'agit d'une situation particulière, Los Angeles constituant ici une véritable halte après un périple de longue durée. Cela a été pensé de la sorte au préalable par ces touristes, dans la mesure où cela a déterminé leur choix quant à la localisation de leur hôtel. On peut d'ailleurs y voir l'expression d'une compétence cognitive de choisir le lieu qui sera le plus en adéquation pour réaliser leur pratique.

On peut défendre l'hypothèse que les touristes qui ont leur hébergement à Santa Monica (c'était aussi le cas de Joseph et de ses amis qui disposaient du logement d'un proche) ont tendance à centrer leurs pratiques à proximité, incités tout à la fois par l'agencement du lieu (avec une compacité des réalités sociétales et des métriques pédestres développées) et par la localisation excentrée du lieu vis à vis du reste de l'agglomération (nous reviendrons sur ce point dans le chapitre sur l'enjeu spatial du placement). Cela confirmerait en partie ce qu'avancait mon interlocutrice du Santa Monica CVB avec l'expérience de la « beach culture ». On peut ainsi concevoir cette façon de faire comme une délimitation par la façon de faire avec de l'espace : les touristes opèrent une distinction entre Santa Monica et le reste de l'agglomération.

6.2.2.2. Santa Monica vs Venice Beach

C'est aussi ce qui ressort de la conversation suivante, issue d'une question posée (le 27 mai 2009) sur un forum de TripAdvisor¹⁹⁹ par **blueskies67**, une ex-future touriste, qui se présente comme une femme ayant entre 35 et 49 ans résidant à Geelong (sur le littoral, à proximité de Melbourne, en Australie), et les réponses de deux « locaux » :

blueskies67 :

We will be in Santa Monica for three days in October staying at the Sea Shore Motel :

- 1st day spent looking around Main St, Santa Monica Pier, Third St and Magicopolis that night
- 2nd day Long Beach swap meet (for the hubby)
- 3rd day Venice Beach and Marina Del Rey

So my question is: is it possible to walk to Venice Beach and Marina Del Rey just spending the day taking in everything and then back to hotel via the ocean front walk (or vice versa) or would we be better off using public transport ? If we do walk which is the best (most interesting) way to go ?

ElleBeinLA (*« Destination Expert » pour Los Angeles et Santa Monica*) :

Yes, it's an easy walk. Either walk down Main Street or down the boardwalk. Main Street ends at the southernmost end of the Venice Boardwalk which is also the border of Marina del Rey. It's a long walk, but doable. I highly recommend including Abbot Kinney in the walk, and also the Venice Canals

Alex90028 (*un utilisateur résidant à Los Angeles*) :

It is a long walk, I might suggest to scratch Marina Del Rey as besides the harbor and some boats, it is mostly a residential place. You could walk the boardwalk up to Washington, walk 3 blocks inland, make a left on Dell and walk thru the canals where you will end up on the Venice Circle. Could check Abbot Kinney from there and afterwards take Mainstreet from there which is first mostly residential but after Rose Ave you will find restaurants and shops. Rest at some of the nice restaurants or bars and if you are getting to tired the big blue bus #1 or tide shuttle run frequently to take you back towards downtown Santa Monica

Cet extrait est particulièrement important et révélateur à plusieurs titres. Poser cette question est tout d'abord révéler implicitement qu'elle n'est jamais allée à Los Angeles, tout du moins dans cette partie de l'agglomération. Malgré cela, elle connaît déjà relativement précisément les toponymes des endroits qu'elle veut visiter : elle s'est donc déjà renseignée sur son séjour. Or, malgré cette recherche d'information, elle ne sait pas si c'est possible de joindre Santa Monica et Venice Beach à pied. Cela prouve que ce n'est pas évident pour un touriste de savoir a priori comment sont « reliés » Santa Monica et Venice Beach²⁰⁰. C'est le problème que j'avais souligné dans la section précédente, sur l'analyse des guides qui ne mentionnent pas, ou de façon très peu

¹⁹⁹ www.tripadvisor.com/ShowTopic-g33052-i158-k2822081-Walk_to_venice_beach-Santa_Monica_California.html

²⁰⁰ Cela rend compte également du fait que ce n'est pas facile pour les individus d'apprécier a priori par soi-même des enjeux spatiaux auxquels ils seront confrontés sur place.

lisible, la possibilité de joindre ces deux endroits à pied, à vélo ou en roller par la promenade aménagée spécifiquement pour cela le long de la plage (cf. photographie n°14). C'est notamment l'expérience que nous rapporte sur TripAdvisor²⁰¹ **BostonChloe**, une femme ayant entre 35 et 49 ans, qui vient de Boston et qui a visité Los Angeles en mai 2012 :

Visited as a day trip while staying in downtown LA and had such a nice day. There's so much to do ! Visited the amusement park, sat on the sand, rented a bike and spent a few hours bike riding, wandered around the shops and had dinner and a drink before heading back. The bike ride was my favorite part. Bike rentals were really inexpensive ; I think it was \$15 for the entire afternoon including a lock and a helmet. There is a long paved trail along the ocean which takes you by Venice Beach as well as much quieter, more peaceful sections. There's a lot to do even if it isn't a perfect 'beach day'.

Pour une touriste qui a décidé de séjourner à Downtown comme Chloé, la visite de cet endroit, comme indiqué par la première phrase, s'apparente véritablement à une excursion journalière : il s'agit bien de passer une journée à la plage. Elle arrive à Santa Monica dans le courant de la matinée, commence par visiter le *Pier* (qui intègre le parc d'attractions), reste un moment sur la plage pour profiter des embruns marins, du calme et de la beauté des paysages, puis décide de louer un vélo (elle se rend probablement dans l'un des deux magasins spécifiquement dédiés à ce business, qui se situent directement en contrebas du *Pier*, en y laissant une pièce d'identité), dont le tarif est modique de son point de vue. Elle choisit ensuite de prendre la direction de Venice Beach, au sud, plutôt que celle allant vers le nord et permettant de s'éloigner de l'aire urbaine. Une fois à Venice, elle effectue probablement plusieurs arrêts dans les boutiques de souvenirs et dans un des différents restaurants dont la terrasse donne directement sur la promenade, le cadenas lui permettant de laisser son vélo en sécurité. Enfin, elle effectue le chemin retour pour rapporter le vélo et rentrer à son hôtel (il faut compter une heure en période de pointe entre Santa Monica et Downtown). Cette façon de faire n'est pas rare, au contraire : les observations que j'ai pu effectuer me permettent d'avancer que la location de vélos est une pratique fréquente de la part des touristes. D'autres touristes effectuent bien sûr le même trajet sans louer de vélo (pour des raisons financières, pratique, etc.). Cela semble être le cas de **Lisa B**, une femme ayant entre 35 et 49 ans, résidant à Lowell (Michigan)²⁰² dont la visite à Los Angeles remonte à mars 2013 et qui laisse le commentaire suivant sur TripAdvisor :

We walked from the Santa Monica Pier to Venice Beach. Wow, what a contrast. Stay in Santa Monica unless you really want to experience a different culture. The Boardwalk is very seedy and this was on a Sunday afternoon. I would not go there after dark.

La pratique est presque identique à celle effectuée par Chloé, la location de vélo en moins : le trajet dure de fait évidemment plus longtemps (environ 45 minutes). L'intérêt de cet extrait est que cette touriste établit explicitement une délimitation entre Santa Monica et Venice Beach.

²⁰¹ www.tripadvisor.fr/ShowUserReviews-g32655-d156698-r136665561-Santa_Monica_Bay-Los_Angeles_California.html

²⁰² www.tripadvisor.com/ShowUserReviews-g32655-d142853-r155743361-Venice_Beach_Boardwalk-Los_Angeles_California.html

L'ambiance de cette dernière est effectivement sensiblement différente de celle de Santa Monica, plus « bohème », son espace urbain moins bien entretenu (elle fait partie de la municipalité de Los Angeles). A cet endroit, la promenade est plus développée, plus urbaine, avec la présence d'un côté de boutiques (officielles) et de l'autre de « vendeurs ambulants », les deux bordant la promenade en se faisant face²⁰³ (cf. photographie n°15). La distinction entre ces deux lieux par cette touriste s'effectue ainsi à travers un jugement de valeur, dans la mesure où elle donne un avis négatif sur Venice Beach, avis partagé par un certain nombre de touristes. Inversement, il y a également ceux qui apprécient à l'inverse ses caractéristiques, comme c'est le cas pour **Simone S**, une australienne de Canberra qui a entre 25 et 34 ans et qui a visité Los Angeles en mars 2013²⁰⁴ :

I loved walking around Venice Beach. It is a colourful and quirky place that kept us on our toes ! It was the first thing we did when we got to LA as we were staying near by.... we went twice during our visit and each time we enjoyed soaking it all in. It is definitely worth taking a stroll (or renting roller blades and roller blading down from Santa Monica Pier). There are many places to stop (shops, cafes, market stalls) and have a look around and take in the unique atmosphere.

Ainsi, pour cette touriste, Venice Beach est un des lieux principaux de Los Angeles : c'est là où elle va en premier à son arrivée, c'est là où elle a choisi son hébergement durant la durée de son séjour à Los Angeles, y retournant même une seconde fois pour apprécier l'ambiance sportive et détendue du lieu. Pour autant, pour une autre moitié des touristes, visiter l'un de ces deux pôles n'entraîne pas systématiquement la visite de l'autre. Ces deux lieux ne représentent pas automatiquement un ensemble cohérent (que l'on aurait pu qualifier de « promenade littorale » par exemple) pour les touristes. J'ai pu constater lors de nombreux entretiens que la pratique de l'un pouvait aller sans l'autre : il y a ainsi l'exemple de **Valentine et Ludovic** qui, en voiture, ont « directement bifurqué sur Venice Beach » (pour rester sur la plage et se promener un peu le long de la promenade) car ils étaient trop fatigués pour passer par Santa Monica comme ils l'avaient imaginé au préalable. Inversement, il y a l'exemple de **Cathy** (une australienne voyageant avec deux de ses amies), qui est allée à Santa Monica (pour le *Pier* et pour faire les boutiques) mais pas à Venice Beach, car elles n'avaient pas assez de temps (explication que l'on peut reformuler autrement en comprenant qu'elles ont effectué un arbitrage en faveur du shopping au détriment de la découverte du quartier, qui a moins d'intérêt pour elles). Si l'on se focalise plus spécifiquement sur Venice Beach, la photographie n°15 sert à illustrer la fréquentation normale de cet endroit durant l'après-midi (comme sur le Walk of Fame, l'endroit est assez vide le matin et ne commence à s'animer que vers 11h ; de même, il y a plus de monde durant l'été et pendant les week-ends, que les jours de semaine d'automne). On peut se rendre compte qu'il y a une importante densité de population, équivalente à celle que l'on pu identifier à Hollywood. Et, de manière identique à Hollywood, il est particulièrement frappant de constater qu'il n'y a aucun touriste dans les rues perpendiculaires ou parallèles à ce front de mer : il s'agit là d'une délimitation d'un lieu par la population touristique dans son ensemble, d'une logique de discrétisation totale.

²⁰³ Dans tous les sens du terme, les premiers reprochant aux seconds de vendre des marchandises sans autorisation, diminuant du même coup leur chiffre d'affaire

²⁰⁴ www.tripadvisor.fr/ShowUserReviews-g32655-d142853-r156840274-Venice_Beach_Boardwalk-Los_Angeles_California.html

Photographie n°14 :
La promenade entre Santa Monica et Venice Beach



Photographie n°15 :
L'*Ocean Front Walk* au niveau de Venice Beach



Photographie n°16 :
Les canaux de Venice



Aucun visiteur (à quelques très rares exception près probablement) ne passe voir par exemple l'étonnant *Chiat Day Building* de google, localisé sur Main Street, une parallèle à la promenade de bord de plage au niveau de Venice. Il en est de même pour les canaux (les reliques du projet utopique d'Abbott Kinney de recréer Venise, évoqué dans le chapitre 3). S'ils sont bien présents dans les guides, ils n'occupent pas une place importante et facilement lisible. Qui plus est, il y a peu d'indications sur place pour indiquer cette attraction. Cela tient probablement au fait qu'il s'agit d'un quartier résidentiel, et qu'il doit y avoir une volonté de la population locale de garder cet endroit peu fréquenté. Seuls quelques uns des touristes que j'ai pu interviewer ont mentionné les canaux (dont Fabienne et Pierre, ainsi qu'une autre touriste par exemple, qui logeait chez l'habitant dans les environs). Autre indice du caractère presque confidentiel du lieu, une grande partie des commentaires le concernant sur *TripAdvisor* sont effectués par des angelinos. C'est aussi le constat qu'effectue justement sur ce site internet **Anne S**, une touriste américaine venant d'Albuquerque (New Mexico)²⁰⁵ : « One of the few places that travel brochures didn't do justice to. Relaxing and enjoyable place to stroll or sit and take in the view ». Peu font comme **RiverCityGirl_12**, une touriste de Memphis (Tennessee)²⁰⁶ qui a fréquenté le lieu en juin 2012 :

We went on a Sunday morning, which we had been told it would be real busy on Sunday. We did see the canals near where we parked and they were very pretty. We walked out onto the beach and put our feet in the Pacific for the first time. It was very pretty. Then we walked up to the main beach street. It was basically a lot of souvenir shops, marijuana shops, and tattoo places. There seemed to be several homeless type people there too. There were some people selling art they had made. We walked a long time and it was just more of the same. No one was at the Muscle Beach area. It was just not that impressive but maybe we were just too early in the day.

Il apparaît que ces touristes ont découvert presque par hasard ces canaux, situés à proximité de leur place de stationnement. D'autre part, on peut remarquer la tactique également évoquée par un touriste pour le *Walk of Fame*, de venir tôt le matin pour éviter la foule – cela confirme par ailleurs la temporalité du lieu évoquée précédemment. A nouveau (comme à Hollywood), la densité des personnes semble être encodée de façon négative, bien qu'elle ne soit pas si flagrante, au contraire (l'endroit était plutôt désert lors de mes différents passages – comme peut le suggérer la photographie suivante (n°16) – ce que confirme d'autres récits rapportés par les touristes. Les propos, toujours sur *TripAdvisor*²⁰⁷, de **Jody H** une femme, ayant entre 50 et 64 ans, résidant à Manchester, et ayant séjourné à Los Angeles en mars 2012 nous permettent de poursuivre la réflexion : « we didn't really care for Venice Beach in comparison to Santa Monica beach, it was dirty with lots of homeless people. The actual canals with the walkways and bridges were so beautiful, so much character and charm. I found it hard to believe it was Venice Beach. There were virtually no other tourists here so it must not be that well known, but we very much enjoyed it ». Les propos de cette touriste mettent ainsi en exergue une double délimitation : celle entre Santa Monica et Venice Beach, puis celle interne à Venice Beach, entre une promenade

²⁰⁵ www.tripadvisor.com/ShowUserReviews-g32655-d266790-r132767913-Venice_Canals_Walkway-Los_Angeles_California.html

²⁰⁶ www.tripadvisor.fr/ShowUserReviews-g32655-d266790-r133560774-Venice_Canals_Walkway-Los_Angeles_California.html#REVIEWS

²⁰⁷ www.tripadvisor.fr/ShowUserReviews-g32655-d266790-r126118416-Venice_Canals_Walkway-Los_Angeles_California.html

« bondée, sale et mal fréquentée » et des canaux « tranquilles, propres et vides » dont peu de touristes semblent connaître l'existence. C'est le même avis que nous livre *KLBTraveller*, un touriste sud-africain de Durban²⁰⁸, qui a visité ce lieu en juin 2012 : « Quaint residential area off busy Venice Beach. Much quieter area that makes for an interesting walk and is in contrast to the tackiness of Venice Beach itself ».

6.2.2.3. Conclusion

Les touristes ont des manières de faire avec l'espace particulièrement délimitantes à Santa Monica/Venice Beach, que l'on peut qualifier de très sélectives ou lacunaires, selon le point de vue que l'on adopte : cette façon restreinte d'habiter touristiquement est-elle volontaire ou non ? Une grande partie des touristes ne semble en effet pas connaître (cela relève donc de l'ordre des compétences cognitives) un certain nombre d'attributs caractéristiques du lieu. On a également pu constater comment les individus pouvaient contribuer d'un certain découpage de l'espace à travers les qualificatifs et les jugements de valeurs qu'ils utilisent pour décrire, et surtout évaluer, les aménagements différenciés de l'espace public.

6.2.3. Conclusion

Si les délimitations administratives ne correspondent à nouveau pas particulièrement pour Santa Monica avec celles structurant la dimension touristique, elles interviennent malgré tout dans le « positionnement stratégique » du lieu : les promoteurs touristiques de Santa Monica établissent un discours reposant sur une délimitation nette par rapport à Los Angeles (que ce soit par rapport à l'ensemble de l'agglomération ou seulement par rapport à Venice Beach) : il s'agirait notamment selon eux de deux « cultures » différentes. Si Los Angeles et Santa Monica ne sont pas deux lieux touristiques « autonomes » – les touristes ayant leur hébergement dans l'une de ces municipalités pratiquant l'autre –, on constate cependant qu'il y a une tendance de la part des touristes dont l'hébergement est à Santa Monica à rester à proximité, à profiter des activités balnéaires (l'exemple d'Alberto et Almorena – cf. infra – illustre également cette propension à distinguer de façon importante ces deux entités spatiales), à développer d'autres pratiques : la modalité de recreation principale est plus celle du repos que de la découverte. On retrouve donc pour cet espace de multiples délimitations, effectuées tant par les opérateurs institutionnels que par les touristes eux-mêmes à travers leurs pratiques et leurs discours : entre Santa Monica et Los Angeles, entre Santa Monica et Venice Beach et entre le front de mer à Venice et les canaux. il y a un contraste remarquable entre la promenade du bord de mer dont la fréquentation est souvent importante (en journée) et les rues adjacentes presque toujours vides malgré une configuration spatiale pittoresque, non dénuée de charme et de possibles « marqueurs » dignes d'intérêts. Les lieux pratiqués par les touristes sont très ciblés : si les délimitations sont inégalement matérialisées, elles se remarquent explicitement dans les manières de faire avec l'espace de la part des touristes. Ces derniers – et on peut s'en rendre compte à travers les observations mais

²⁰⁸ www.tripadvisor.com/ShowUserReviews-g32655-d266790-r134592916-Venice_Canals_Walkway-Los_Angeles_California.html#REVIEWS

également à travers leurs discours lorsqu'ils rapportent *a posteriori* leurs expériences – participent d'un découpage spatial important. Cette manière de faire avec de l'espace résulte, on peut au moins en faire l'hypothèse, d'une faiblesse généralisée en termes de compétences cognitives : les touristes ne connaissent pas l'ensemble des possibilités, comme en témoigne l'exemple de la faible fréquentation des canaux de Venice (qui ne sont pas particulièrement exposés dans les guides et ne bénéficient d'aucune signalétique au sein de l'espace public).

6.3. Conclusion

Dans les deux exemples, nous avons ainsi pu distinguer de puissantes délimitations des lieux touristiques, par les promoteurs, à travers leur discours (ce dernier informant et rapportant la façon dont la promotion du lieu s'effectue) mais également à travers les aménagements urbains qui sont autant de dispositifs matériels participant de cette épreuve spatiale : La mise en scène touristique et l'apprêtement spécifique des lieux contribuent à les démarquer visiblement du reste de l'environnement urbain, à les circonscrire de manière fine, précise. La distinction s'effectue d'une rue à l'autre. Mais ces délimitations se concrétisent surtout par les pratiques des touristes : ces derniers ont une manière très sélective de faire avec l'espace public des deux lieux envisagés²⁰⁹. Ils valident, actualisent et rendent ainsi de fait pertinentes les limites posées par les opérateurs institutionnels, réalisant même parfois des opérations de délimitation encore plus strictes. Cette manière de faire avec l'espace est informée par les aménagements urbains et les discours sur les lieux touristiques proposés par les guides. Il n'y a pas de tactiques de leur part pour contourner, détourner, subvertir la configuration spatiale proposée par les autorités locales et les guides : dans un sens, ils font ce qui est prévu, ce qu'on attend d'eux, ils n'essayent pas de découvrir les « à-côtés ». Mais ce n'est pas la seule explication quant à cette manière d'habiter : si les guides effectuent des opérations de découpage et réalisent des hiérarchisations (en mettant en avant tel lieu plutôt qu'un autre, en disant ce qu'il faut voir, où il faut aller, etc.), ils sont aussi dans une perspective d'exhaustivité par rapport aux pratiques qu'il est possible d'effectuer : cette manière de faire avec de l'espace des touristes dénote donc soit une non prise en compte de ces outils soit une sélection, par les individus, des informations qui y sont contenues. A Hollywood comme à Santa Monica, si les guides touristiques énumèrent exhaustivement les nombreux sites se prêtant à la pratique touristique, on constate une concentration très importante et discriminante des pratiques touristiques au sein d'un périmètre précisément délimité, respectivement le *walk of fame* et l'*ocean front walk* : on passe, d'une rue à l'autre, d'un espace plein, avec une foule, à un espace vide. On peut ainsi défendre l'idée que les manières de faire avec de l'espace des touristes sont très ponctualisées, délimitées, avec des pratiques spatialement très ciblées, se limitant à quelques sites seulement.

Il s'agit là d'une manière de faire avec de l'espace à Los Angeles très sélective. Les touristes ne pratiquent pas Los Angeles comme on peut supposer qu'ils le font classiquement avec d'autres

²⁰⁹ Les observations permettent de constater des situations similaires pour d'autres lieux, comme sur Rodeo Drive à Beverly Hills.

métropoles, en déambulant dans les rues de manière aléatoire, en flânant. Les deux lieux envisagés dans ce chapitre sont parmi ceux qui se prêtent le plus à ce type de pratique : On peut considérer qu'il s'agit de lieux d'une urbanité plus élevée que la moyenne à Los Angeles, précisément parce qu'ils sont touristiques : la densité en termes de bâtiments y est (relativement) importante et accompagnée d'une mise en récit de l'espace urbain (la patrimonialisation par la mise en valeur de la dimension historique des buildings), l'espace public dispose d'aménagements spécifiques, fait l'objet une attention particulière, en tout cas plus élevée qu'ailleurs, et est investi par les individus : on y constate une concentration de population – la « foule métropolitaine » – très rare au sein de cette métropole. Pour autant, les touristes semblent avoir un faible intérêt pour ces éléments : ces caractéristiques classiques de l'urbanité ne semblent pas encodées positivement par un certain nombre de touristes, ne sont pas réellement considérées par ces derniers. Ce constat se pose alors d'une certaine manière en décalage avec l'idée que l'habiter touristique d'une métropole repose avant tout sur le moteur de la recreation qu'est la découverte de la métropole (MIT, 2002 ; 2005). Découvrir Los Angeles ne consiste pas à faire l'expérience de la société locale et à explorer l'espace urbain, mais plutôt à réaliser des pratiques spécifiques propres à Los Angeles (voir le signe Hollywood et les étoiles ; marcher le long de la célèbre plage). Au moins deux sont envisageables pour apprécier ce hiatus : en considérant Los Angeles comme un cas particulier, ou en considérant que la configuration spatiale de Los Angeles permet de dégager une logique à l'œuvre dans les autres métropoles mais qu'il serait plus compliqué à distinguer. Sans doute s'agit-il des deux tout à la fois, et cette réflexion doit nous inciter à poursuivre le débat sur les logiques de la pratique des métropoles par les touristes : est-ce bien la recherche d'une urbanité maximale que ces derniers recherchent lors de leurs expériences métropolitaines ?

Un exemple de placement touristique à Los Angeles : l'hébergement, entre centralité et proximité.

Se placer est un enjeu qui se pose à chaque instant pour un individu. En affirmant le caractère permanent de cette épreuve spatiale, on précise d'emblée qu'il ne faut pas appréhender cette question du placement comme relevant uniquement d'un établissement permanent, mais comme inhérent à toute installation, même ponctuelle, éphémère et temporaire : d'une certaine façon, avoir une place, c'est être quelque part. Habiter, c'est prendre place, de manière toujours provisoire, pour exister spatialement : « être dans un lieu ne va donc jamais de soi, quand cela, en outre, ne dépend pas que de soi. Y avoir une place ou, plus exactement, un emplacement, c'est-à-dire tenir en place, tenir une place - sa place peut-être ? - dans un lieu, la prendre ou y être assigné, la chercher ou la trouver, etc., non plus » (Lazzarotti, 2006, p.102). Ce placement constitue donc un problème pour les individus, n'est pas garanti, nécessite la mobilisation de compétences, d'ajustements. C'est donc à partir d'une définition très souple du terme « place » que l'on peut travailler, celle-ci pouvant correspondre à tout arrangement spatial, c'est-à-dire aussi bien le « faux hall d'immeuble », que l'endroit choisi par le vendeur ambulant en Inde, ou encore le siège de TGV (Lussault, 2010). Cette problématique peut s'appréhender à toutes les échelles possibles. Trouver le bon endroit pour réaliser une pratique spécifique, correspondance que l'on peut formuler sous le terme d'« adéquation géographique » (Stock, 2001), relève pleinement de ce problème.

L'objectif de ce chapitre est d'envisager cette épreuve spatiale du placement à travers la question de l'hébergement. Par rapport à notre projet, travailler sur les manières touristiques de faire avec de l'espace à l'échelle de l'agglomération, on peut émettre l'idée que ce type de placement revêt une dimension cruciale : comprendre les mécanismes de cette décision revient à se concentrer sur l'un des aspects les plus importants du séjour touristique, un choix qui n'est jamais anodin. Bien sur, la question de l'hébergement et de l'hôtel est une thématique classique des études en tourisme. Cependant, il est alors très généralement question de la localisation, de la distribution et de la répartition des hôtels (Adam, 2013 ; Begin, 2000 ; Shoval, McKercher, Ng, Birenboim, 2011 ; Urtasun & Gutierrez, 2006 ; Xiao, 2007)²¹⁰ : ces travaux tiennent véritablement du ressort de l'analyse spatiale, afin par exemple d'envisager l'évolution de la morphologie urbaine.

²¹⁰ Je n'en avance ici, à titre indicatif, que quelques exemples récents d'un corpus beaucoup plus important, pour donner un aperçu des réflexions communément proposées.

Il s'agit donc ici d'effectuer véritablement un glissement par rapport à cette approche et d'appréhender la question de l'hébergement en tant que problème de placement pour les individus (tout en se rappelant que l'épreuve du placement ne se limite pas au seul hébergement, et qu'il ne s'agit que d'une modalité que peut adopter cette épreuve parmi de nombreuses autres). La localisation n'est alors plus une fin en soi mais un préalable, une étape nécessaire mais non suffisante pour comprendre les logiques des pratiques des individus, une des conditions de possibilité de l'opération de placement effectuée par les touristes. Dans l'optique d'étudier les manières de faire avec de l'espace, ce placement constitue véritablement un arrangement spatial du point de vue des individus : cela implique essentiellement pour les touristes une capacité à se situer par rapport aux autres lieux, mais également vis-à-vis des autres individus. Cela va avoir des effets sur le cheminement des touristes (nous avons pu en avoir une idée lors du chapitre concernant cette dernière épreuve spatiale), sur les distances parcourues, éventuellement sur les métriques utilisées.

Du point de vue de l'hébergement à l'hôtel²¹¹, la question du placement relève d'une dimension fondamentalement stratégique : il s'agit d'un aspect de la pratique touristique qui fait l'objet de la planification (spatiale) la plus importante²¹², d'un placement prévu longtemps à l'avance²¹³. Le défi de connaissance est donc de saisir les compétences, arbitrages et stratégies déployés par les individus pour gérer et mener à bien cette épreuve de placement et cela au regard des particularités de la configuration urbaine de la métropole. Si le centre-ville (de par son monopole) est un placement qui pourrait relever d'une certaine forme d'évidence pour habiter touristiquement une métropole du modèle classique, cela n'est pas le cas pour Los Angeles. Quelles sont les logiques de placement des touristes à Los Angeles ? Un certain nombre de questions doivent être alors envisagées : quelles sont les principales justifications énoncées par les touristes pour expliquer ce choix de placement ? Comment en arrivent-ils à cette décision ? Quelles sont les compétences utilisées ? Quelles sont les implications par rapport à l'urbanité de Los Angeles ?

Pour apporter de premiers éléments de réponse, nous aborderons tout d'abord les possibilités de placement disponibles pour les touristes (du point de vue de la localisation des hôtels) ainsi que les recommandations des guides touristiques par rapport à cette épreuve de placement. Dans un second temps, nous reviendrons sur les discours des touristes quant à leurs manières de faire par rapport à ce type de placement.

²¹¹ L'hébergement chez des proches ne nécessite pas, par définition, une telle prise de décision : le touriste n'a pas le choix quant à son placement, celui-ci lui est « imposé » (cela étant la contrepartie de l'avantage économique proposé par cette solution).

²¹² Le caractère planifié semblant par exemple être moins systématique concernant les lieux visités lors du séjour : nous avons pu souligner précédemment l'indéniable incertitude qui régnait par rapport au cheminement des touristes.

²¹³ Il n'y a que le chercheur, dont la co-location qu'il croyait confirmée s'avère sur place finalement indisponible, qui peut « débarquer » à Los Angeles sans savoir où il va pouvoir se loger.

7.1. Les hôtels à Los Angeles : offre et prescriptions

Avant d'envisager les stratégies, les compétences et les manières de faire par rapport à ce problème du placement en terme d'hébergement, il semble impératif d'ouvrir une parenthèse pour connaître l'offre en matière de places disponibles, et utile d'analyser le discours des prescripteurs quant au mode de gestion de cette épreuve spatiale. Cette première section proposera ainsi une description – condensée, cela n'est pas le cœur du problème – de la répartition des hôtels à Los Angeles : l'objectif est d'envisager l'ensemble des options possibles qui s'offrent aux touristes par rapport à ce problème. Dans un second temps, et en connaissant les particularités de cette distribution, nous évaluerons les recommandations des guides touristiques pour gérer cette modalité de placement, afin d'apprécier la façon dont les pratiques des individus sont (potentiellement) informées par rapport à cette épreuve spatiale.

7.1.1. La répartition des hôtels à Los Angeles

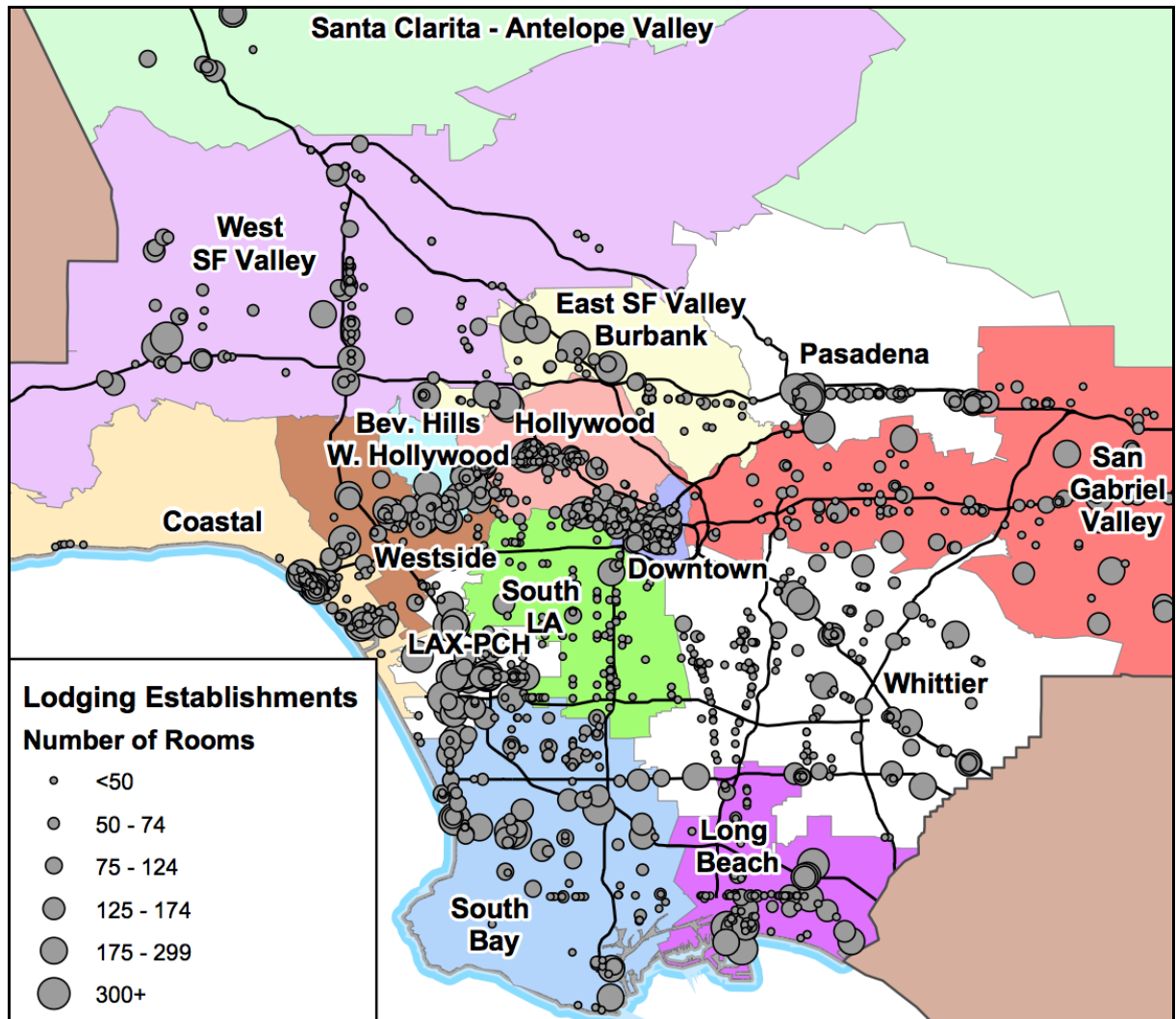
L'ensemble des éléments abordés dans les pages précédentes concourent à révéler que l'espace des pratiques touristiques ne concerne pas l'ensemble de l'agglomération, qu'il n'y a pas un éclatement des sites touristiques à différents endroits de la métropole, mais qu'il se concentre²¹⁴ principalement sur la partie nommée *Westside*. Dans quelle mesure la répartition des hôtels au sein de l'agglomération coïncide-t-elle ou non avec cette situation ? Quelles sont les possibilités disponibles, les choix possibles, pour les individus en termes de placement par rapport à leur hébergement ? En un mot, où sont situés les hôtels à Los Angeles ? La carte suivante (illustration n°58) nous permet d'apporter des éléments de réponse substantiels à cette question.

L'un des éléments se dégageant très nettement de cette illustration est la présence de fortes concentrations : l'une se dégage aux alentours de l'aéroport, et est composée d'établissements de taille importante. On peut en distinguer plusieurs autres, apparemment composée par des établissements de taille moyenne, le long du *wilshire corridor*²¹⁵ : Downtown, Hollywood, West Hollywood/Beverly Hills et Santa Monica. De façon conforme aux attentes, il y a ainsi une correspondance avec les principaux lieux touristiques que nous avons pu dégager de façon récurrente jusqu'à présent. Il convient malgré tout d'établir, comme remarque d'ensemble, le constat d'une dispersion relativement conséquente des structures d'hébergement dans toute l'agglomération à Los Angeles. D'un certain point de vue, on peut dire qu'il n'y a aucune région vide de toute infrastructure : les touristes ont un large choix en la matière. Une grande partie des infrastructures répertoriées à l'est de l'agglomération notamment se répartissent selon une organisation linéaire : ce n'est pas l'ensemble de ces espaces qui sont concernés mais ceux situés le long des axes des freeways. Ces établissements, généralement de petite taille, correspondent sans aucun doute au modèle historique du motel dont l'architecture particulière permet au client d'avoir sa voiture juste en dessous de la fenêtre de sa chambre.

²¹⁴ « concentration » toute relative, l'aire concernée s'étalant sur une trentaine de kilomètres d'est (Downtown) en ouest (Santa Monica).

²¹⁵ Wilshire est le nom d'une avenue qui relie Downtown à Santa Monica presque « en ligne droite » et qui est souvent considérée comme l'épine dorsale du westside (cf. Mangin, 2001).

Illustration n°58 :
Localisation et taille des infrastructures d'hébergement à Los Angeles



Source: « From the pockets of strangers²¹⁶ », 2006, p.39

Ce document nous permet donc d'avoir une représentation cartographique de l'offre globale des infrastructures d'hébergement disponibles à Los Angeles. On constate ainsi la grande diversité des placements possibles²¹⁷ : les choix sont multiples et peuvent correspondre à différentes pratiques, différentes façon d'habiter touristiquement Los Angeles, selon l'intentionnalité du projet récréatif mis en œuvre par les individus. Maintenant, quelles sont les prescriptions formulées, à partir de cette offre pléthorique, par les guides aux touristes pour répondre à cette modalité de l'épreuve spatiale du placement ?

²¹⁶ Carte issue d'un rapport (« Economic Impacts of Tourism in Los Angeles and Five Competing Metropolitan Destinations ») réalisé par ECONOMIC ROUNDTABLE, a « Nonprofit, Public Policy Research Organization », avec la collaboration du LA INC, la chambre de commerce de Los Angeles.

²¹⁷ Selon le rapport du LA INC (2012), il y aurait 96 500 chambres (hôtels et motels) pour l'ensemble de l'aire urbaine de Los Angeles.

7.1.2. L'importance du placement pour les guides

Regardons pour commencer les conseils disponibles sur TripAdvisor²¹⁸ :

The first question to ask – *what do you want to see or do while in Los Angeles ?* Will you be traveling with children ? Do you like great restaurants ? Are you a clubber ? Most important: will you have a car while in L.A and what is your nightly budget for a hotel ? A key to getting better hotels when on a budget, is to use Priceline.com. You'll be assured a great hotel at a great price. *But again, it's important to decide whether or not you'll have a car when in L.A, before deciding on an area. Here is a list of major neighborhoods listed from east to west in the metro area.*

DOWNTOWN LOS ANGELES tends to be the most reasonably priced area, but it's not a typical "downtown", meaning, *it's not our city center. You are furthest from the beach, and it's mostly a business district*, but, lately, there has been a renaissance in Downtown LA, resulting in some great nightlife and some of the city's best restaurants. **HOLLYWOOD** is a good base for those who want to be near the Walk of Fame and Universal Studios – *it's also convenient for those who don't want to rent a car and are relying on public transportation*. It's also great for those who like the club scene. Hollywood is safe at night, and safe for families. **WEST HOLLYWOOD** is *central* to both Hollywood and Beverly Hills, and hotels there tend to be along Sunset Blvd or within the adjacent residential areas. This city encompasses all the hotels along Sunset Blvd, which has many great hotels, most of them with views of the city, as well as those on Santa Monica Blvd, the center of L.A.'s gay community. **BEVERLY HILLS** is also a great *central base* and is fairly close to the beach while also close to Hollywood, and tends to be cooler in the summer than Hollywood. *You would be advised to get a rental car*, but it's okay to rely on public transportation – just expect longer travel times. Note that there's no real nightlife in this area, it mostly shuts down around 10 PM, but there are many amazing restaurants within walking distance to most Beverly Hills hotels. **WESTWOOD** is the "village" adjacent to the university (UCLA). Local shopping and dining as well as access to public transit to Santa Monica, Beverly Hills, West Hollywood and points beyond. Westwood Flyaway express bus connects to LAX. Nightlife is subdued here: a couple of bars within restaurants and a number of movie theaters. **SANTA MONICA** *is one area that can be explored on foot, and it's the beach !* There are lots of shops, restaurants and bars within *walking distance*, and tends to be a very safe place. Venice has some sketchy areas, use care at night, but with only one or two hotels, it's really not an option. While there are tours that commence in Santa Monica, *you are about 45 minutes away from Hollywood tourist sights*. Also great for families, but note that *hotel rates are higher at the beach*. **MARINA DEL REY** offers great rates at some great hotels, *but you'll be relying on the congested freeways to get to sights, easily an hour each way*. It's a very nice area, with gorgeous views, and very close to LAX (and Venice Beach), but remote. **LAX HOTELS** can be very nice and very convenient, but generally only if you have one night to stay. Outside of central LA, *the area has nothing to offer, with nothing to walk to*. **MANHATTAN / HERMOSA / REDONDO BEACH** : Great relaxing beach towns, with surfers and volleyball players, just south of LAX. *Nice to cool off after a day of site seeing.* (...) During non-commute hours: the transfer time from the South Bay is: 30 minutes to the Long Beach Aquarium of the Pacific. 30 minutes to San Pedro docks/cruise to Catalina, 45 minutes to Disneyland and Knotts, 30 minutes to Beverly Hills and The Getty. Universal is across town and would be over 45 min.

²¹⁸ www.tripadvisor.com/Travel-g32655-c172177/Los-Angeles:California:Where.To.Stay.In.L.A.html

La rubrique propose ainsi un large passage en revue²¹⁹ des placements possibles pour les touristes, en en soupesant à chaque fois les avantages et les inconvénients. Par rapport à la carte précédente, on constate que seuls les « quartiers touristiques » sont mentionnés : aucune référence n'est faite pour l'ensemble des établissements dispersés dans toute l'agglomération le long des autoroutes. Seuls les espaces du *Westside* et de *South Bay* (avec l'aéroport) sont donc inventoriés ici. La limite Est débute à Downtown et ni Pasadena ni Long Beach ne sont des lieux proposés comme alternatives crédibles.

Le discours sur les avantages et les inconvénients de chacune des situations proposées s'articule principalement, et au-delà de la description des lieux à travers leurs traits caractéristiques, autour de l'accessibilité (en fonction des métriques que peuvent utiliser les touristes) par rapport aux différents lieux composant l'espace touristique. Selon Tripadvisor, Hollywood et Westwood sont particulièrement adaptés pour ceux qui envisagent d'utiliser les transports en commun. Bien que tout aussi centraux (c'est le terme utilisé dans le texte pour ces deux municipalités) que ces derniers, il est par contre fortement conseillé de louer une voiture si l'on choisit de se placer à West Hollywood ou à Beverly Hills. D'autres lieux sont eux considérés comme excentrés : ainsi Downtown dont le guide précise qu'il ne s'agit pas du « centre de la ville » mais d'un quartier d'affaire et de l'endroit le plus éloigné (parmi les lieux évoqués ici) des plages. C'est précisément cette dimension balnéaire qui est, selon le guide, l'atout principal de Santa Monica : le discours insiste sur l'importance des métriques pédestres, le touriste est à « distance de marche » des aménités urbaines (magasin, restaurants, bars) du lieu, et à une distance des autres sites touristiques estimée toujours acceptable (45 minutes). Ça ne l'est plus par contre pour Marina del Rey, municipalité littorale pourtant proche de Santa Monica, l'heure minimum nécessaire pour chaque trajet – impérativement, selon le guide, par les autoroutes congestionnées – afin d'accéder aux autres lieux touristiques, étant un élément rédhibitoire pour un tel emplacement. Il en est de même pour des hôtels du LAX et des « beach towns » de la South Bay : les temps de trajets importants jusqu'au reste de l'agglomération en faisant des solutions recommandées comme des alternatives de courte durée, pour un jour « off », qui signifie dans ce contexte « sans se déplacer », pour rester tranquillement sur place, si le touriste doit par exemple prendre l'avion le lendemain.

La distance par rapport aux autres lieux, mais également la proximité (à distance de marche) est donc un élément fondamental dans le choix de placement pour un touriste. La question des métriques est donc avancée comme l'un des enjeux majeurs pour gérer à bien cette épreuve spatiale du placement. C'est d'ailleurs l'objet de la principale question (répétée deux fois dans l'introduction comme pour souligner son importance) que le guide pose au touriste : aura-il une voiture ? Le site internet indique implicitement aux touristes qu'il conviendra de se placer différemment selon que l'on se déplace en voiture ou en transports en commun. L'autre principal élément, présent également dès l'introduction, est qu'il est conseillé au touriste de se placer à proximité du lieu qu'il veut voir, de la pratique qu'il veut effectuer. Il s'agit donc explicitement d'une stratégie de placement pour éviter les déplacements : cela indique implicitement que les distances entre les différents lieux touristiques sont considérées comme très importantes, et

²¹⁹ Pour des raisons d'efficacité et afin de ne pas allonger le texte, je n'ai reproduit ici que les passages les plus à même de nous renseigner sur la problématique que nous traitons ici (mais tous les quartiers évoqués y sont évidemment présents).

potentiellement pénalisantes. On retrouve une recommandation similaire dans le guide du Lonely Planet :

When choosing overnight digs in Los Angeles, the primo decision is location. Staying at a posh Santa Monica beach hotel is probably not the best choice if you're catching a performance at Walt Disney Concert Hall downtown, or visiting Universal Studios in Burbank. It can be done, but *your happiness quotient will rise or fall depending how long you're sitting in your car*. (Lonely Planet, souligné par moi)

L'argumentation est explicitement fondée sur une façon sélective d'habiter touristiquement Los Angeles : l'objectif des touristes ne serait pas de découvrir l'ensemble de la métropole, mais plutôt de réaliser une pratique spécifique. Dans une autre mesure, le guide relie cette question du placement avec l'épreuve spatiale du cheminement et du circuit que le touriste compte effectuer à travers l'espace urbain. Un placement inadéquat par rapport aux lieux qu'il veut pratiquer sera un inconvénient pour le touriste, non pas du point de vue de la faisabilité matérielle (il lui sera toujours possible de traverser l'agglomération d'un bout à l'autre), mais selon un souci d'efficacité et de confort : le guide indique ainsi (c'est la dernière phrase de l'extrait) que le temps passé dans la voiture influencera l'appréciation de l'expérience touristique de Los Angeles. Le registre d'argumentation est toujours similaire dans le Rough Guide, l'accent étant davantage mis ici sur la distinction entre les métriques.

If driving, you needn't worry as much about staying in a less than ideal location - a freeway is never far away. Otherwise you'll need to be more choosy about the district you pick, as getting across town can be a time-consuming business. *LA is so big that if you want to avoid constantly having to cross huge expanses, it makes sense to divide your stay between several districts*. Price and options vary by area, and except for the most desirable spots - Beverly Hills, West Hollywood, Malibu - you can find standard chain hotels that are reasonably affordable. (Rough Guide)

Pour ce guide, il n'est pas nécessaire pour le touriste de se préoccuper de son placement s'il a une voiture : la proximité d'une autoroute urbaine permet de circuler facilement et rapidement²²⁰ au sein de l'agglomération. Inversement, la taille – c'est donc la dimension scalaire que le guide fait intervenir – considérable de Los Angeles impose aux touristes souhaitant utiliser les transports en commun de choisir un placement de façon à éviter de parcourir de longues distances, quitte à choisir différents hébergements spécifiquement en fonction des lieux qu'ils veulent pratiquer.

Si vous comptez séjourner plusieurs jours à Los Angeles, nous vous conseillons plutôt de vous baser au bord de la mer, à Santa Monica ou Venice, par exemple, voire encore un peu plus loin, à Long Beach. Hollywood n'offre pas le plus beau cadre, par contre c'est un bon point d'attache pour les "busophiles", car situé grosso modo à mi-chemin entre Santa Monica et Downtown et par trop loin de UCLA, des Universal Studios ou encore de

²²⁰ Lecture qui occulte les embouteillages auxquels tout conducteur à Los Angeles est quotidiennement confronté et que dont j'ai pu faire l'expérience à de multiples reprises.

Beverly Hills. Si vous avez un véhicule, Pasadena, en proche banlieue, est une ville verte, active, qui respire l'opulence, et où il fait bon poser ses sacs. Evitez si possible Downtown, à moins de détester les espaces verts et d'avoir un penchant pour le béton, l'asphalte, le verre fumé et les ascenseurs. (...) L'ambiance n'y est pas très gaie, ni très rassurante dans certains coins. (Guide du routard, p.448).

En ne recommandant que quelques lieux (Santa Monica/Venice Beach, Hollywood, Pasadena, éventuellement Downtown et Long Beach) parmi l'ensemble des emplacements possibles, le guide procède là implicitement à une opération de *découpage* très importante. Par rapport aux discours des autres guides, il convient particulièrement de remarquer que le problème de la distance jusqu'aux différents lieux touristiques n'est pas un critère important pour le Guide du routard, puisqu'il conseille même au contraire au touriste de s'installer éventuellement « un peu plus loin ». Ses recommandations se fondent plutôt sur la dimension esthétique, sur la qualité paysagère du quartier, son environnement, en préconisant plutôt le « bord de mer » ou la « ville verte », à la condition, plus ou moins explicitée, de disposer d'une voiture. Si ce n'est pas le cas, le guide souligne alors la centralité, du point de vue des métriques donc, d'Hollywood. Le traitement de Downtown est paradoxal puisque c'est le seul lieu évoqué de façon négative (le guide aurait pu simplement ne pas le mentionner, comme c'est le cas pour l'ensemble des autres quartiers), pour le déconseiller à travers un discours anti-urbain, peu valorisant. On peut faire l'hypothèse qu'il procède ainsi de façon à avertir explicitement le touriste, habitué à se placer en centre-ville, que ce lieu ne correspond pas à la configuration spatiale qu'il connaît lorsqu'il pratique d'autres métropoles.

7.1.3. Conclusion

La description de la répartition des structures d'hébergement à Los Angeles nous a ainsi permis de constater i) une diffusion sur l'ensemble de l'agglomération, distribution offrant donc un large choix possible en matière de placement pour les touristes, mais aussi ii) un certain nombre de fortes concentrations à l'ouest de l'agglomération. Ce sont d'ailleurs uniquement ces dernières qui font l'objet d'une attention particulière par ces prescripteurs que sont les guides touristiques : ils établissent de fait un découpage, une hiérarchie des emplacements touristiques possibles. On retrouve ainsi des positions considérées comme « centrales » (au cœur du westside), des positions « excentrées » (à la périphérie de ce westside : Downtown, les beach cities, éventuellement la zone de l'aéroport) et des positions « marginales » (les infrastructures localisées ailleurs, et notamment toutes celles en bordure des freeways). L'un des éléments importants à remarquer est que ce classement se fonde moins sur les caractéristiques propres du lieu (son paysage, sa qualité architecturale, etc.) que sur la question de l'accessibilité : la question des distances entre les lieux touristiques – induite par la taille de l'agglomération (c'est un problème scalaire qui est sous-jacent ici) et de leur gestion (les métriques) est au cœur de la réflexion sur le placement pour les guides touristiques. Se placer à proximité des lieux que l'on souhaite pratiquer est une recommandation principale du discours des informateurs. Regardons maintenant si ces considérations sont également celles envisagées par les touristes pour réussir à gérer cette épreuve spatiale du placement.

7.2. Les stratégies de placement des touristes

Après avoir dégagé non seulement la répartition de l'offre d'hébergement au sein de l'agglomération – et ainsi identifier une très grande partie des choix possibles des touristes en matière d'hébergement – mais également le discours des prescripteurs – pour savoir quelles recommandations étaient proposées aux touristes par rapport à ces multiples possibilités –, il convient donc d'appréhender les critères effectivement retenus par les touristes dans le choix de leur placement à Los Angeles. Ce problème de la gestion des distances, que l'on a clairement vu se dégager comme enjeu prioritaire dans le discours des guides touristiques, est-il également au cœur des logiques de placement des touristes ? Comment cette action de se placer s'articule-t-elle avec la manière dont les touristes habitent cette métropole ? Observe-t-on des stratégies de placement différenciées en fonction des compétences et du capital spatial dont disposent les individus ?

7.2.1. Se placer à proximité, « à distance de marche »

L'un des arguments avancé de façon récurrente par les touristes qui avaient choisi un hébergement dans le Westside était d'être dans une proximité à « distance de marche ». Cela vaut par exemple pour **Carla et Joannie**, deux jeunes canadiennes qui ont choisi l'auberge de jeunesse d'Hollywood parce que c'était l'option la moins chère mais également du fait de sa situation : « la localisation de l'hôtel était importante. Quand on sort on est sur Hollywood Boulevard, donc c'est pratique ». De même pour, **Marine** et ses amies (la vingtaine, de nationalités différentes et qui ont loué une voiture à Los Angeles), installées sur Sunset Boulevard parce que « it was cheap and it was in Hollywood (...) *we wanted to be close within a walking distance* ». Mais c'est aussi le cas pour **Sonny** et sa femme, un couple de trentenaires aisés de Londres restant deux jours à Los Angeles avant un séjour prolongé à Hawaïi, qui ont choisi l'hôtel W pour les mêmes raisons : « it's central (...) by walking distance ». C'est aussi le cas de **Jérôme**²²¹, dont la logique de placement à Los Angeles s'inscrit dans une recherche de proximité topographique par rapport aux lieux qu'il veut pratiquer : il passe deux nuits au cœur du Walk of Fame, au *Magic Castle*²²², puis deux nuits, à la fin de son circuit californien, sur le front de mer de Santa Monica, au Georgian (cf. photographie n°17). Les extraits d'entretien suivants permettent de comprendre un peu plus précisément l'une des stratégies utilisées par les touristes quant à leur placement :

- On a fait la liste de ce que l'on voulait voir. C'était Universal Studio qui était dans le nord, le Hollywood Boulevard qui était au nord... et on voulait aussi écouter un concert classique dans l'amphithéâtre de Hollywood Bowl... qui était aussi tout au nord. Donc comme tout était centré là on a pris un hôtel là-haut...
(...)
- C'est important ce caractère proche de l'hôtel ?
- C'est surtout pour éviter des déplacements inutiles.

²²¹ Un des profils du «non-cheminement».

²²² sur Franklin Avenue, une petite rue parallèle au Walk of Fame.

- Ah oui ?
- Si on peut passer plus de temps aux attractions et moins dans les bouchons, dans les trains, ou... *c'est purement une question pratique.*
- Et donc c'est quelque chose que vous faites régulièrement quand vous êtes dans des villes.
- Oui. Surtout dans les grandes villes.
- (...)
- Et pour quelle raison vous avez choisi un hôtel à Santa Monica pour la fin de votre séjour ?
- Pour être près de la plage. Au centre, avec un parking. (...) L'hôtel à Santa Monica ça nous a presque coûté comme cinq nuits ailleurs. (...) Si c'est pour être à Santa Monica mais être à 1km de la plage, autant aller à Hollywood.
- Mais centré par rapport à quoi ?
- Il y avait le pier...
- Donc c'était important d'être proche... ?
- De nouveau, pour aller à pied le soir et ne pas devoir reprendre la voiture. (...) Dans les grandes villes comme ça, on n'a pas envie de se balader la nuit... si on passe dans des rues mal fréquentées...

La fin du passage est particulièrement explicite : l'altérité de Los Angeles (des « grandes villes » en général) pose problème à ce touriste, il ne se sent pas à l'aise pour y habiter, non seulement pour gérer la taille de l'agglomération, les longues distances entre les différents lieux, mais également pour marcher sur des distances plus petites. Il compense cette difficulté par la proximité de son placement par rapport aux pratiques qu'il veut réaliser. C'est précisément parce qu'il ne se sent pas suffisamment *capable* de conduire à travers la métropole que le critère de la proximité a autant d'importance pour lui. C'est explicitement à partir du (non-)cheminement qu'ils ont prévu d'effectuer (i.e. la liste hiérarchisée des lieux qu'ils voulaient visiter) que ce couple choisit son placement.

Photographie n°17 :
Le Georgian Hotel



La dimension stratégique (qui correspond à une évaluation *a priori* des épreuves spatiales et constitue une certaine forme de compétence) du placement ressort pleinement de cet extrait : il y a une planification importante (il réserve les hôtels 3-4 mois avant le séjour) de la manière de faire avec de l'espace de la part de ce touriste, anticipation qui laisse peu (sinon pas) de place à l'imprévu. Regardons maintenant comment Jérôme s'y est pris pour définir son placement :

- Et ce sont vos amis qui vous ont conseillé pour l'hôtel ?
- Pas du tout. Ça j'ai tout fait sur internet, avec *TripAdvisor*, *booking.com*
- Donc vous faites comment quand c'est comme ça ?
- Je commence par regarder qu'est-ce qu'on veut faire dans la ville. Où sont centrés... où sont les principaux centres d'intérêts qu'on a envie de voir et je prends un hôtel qui est à proximité de ça. Puis après je fais une recherche sur *booking.com* par exemple, ou d'autres sites... je regarde les critères, 2-3 étoiles, les dates, tout... une fois que j'ai une liste de 5-6 hôtels je vais voir dans les commentaires, surtout sur *Tripadvisor*, lesquels sont bien notés, lesquels sont mal notés... puis, en recoupant tout ça,... on trouve notre bonheur !
- Et vous faites confiance aux commentaires ?
- Oui. Si un hôtel a trois commentaires, je ne vais pas trop faire confiance, mais s'il y en a 300... on peut dire que c'est... je me base beaucoup là-dessus.
- D'accord.
- Et sur plusieurs sites aussi.

On constate ici pleinement l'importance d'un tel équipement par rapport à cette épreuve du placement. Cette maîtrise technique ne va pas de soi, n'est pas évidente, et relève de la compétence : il est nécessaire de savoir tirer profit des outils à disposition. Comme ce touriste nous le précise, cela passe par une procédure composée de différentes étapes qui permet un recoupement des informations. On observe ici combien le placement est informé par la mobilisation de ce qu'on peut considérer comme étant un savoir collectif, fondé sur les expériences passées : il y a une prescription, plus ou moins volontaire, mais relativement importante, de la pratique. **Almorena** et **Alberto** ont une manière de se placer en utilisant une stratégie identique :

- Do you think it's a good location here ?
- Yes, but there are a lot of homeless people.
- But why did you choose this hotel ?
- We saw it on the internet, *it was because of the location. We wanted to walk and not being in the car the whole day.*
- (...)
- And why did you spend 4 days in LA and the next 4 days at the end of your trip in Santa Monica ?
- *Because we want to relax for the last 4 days on the beach, we are not gonna do a lot of things.*

La taille de Los Angeles et les distances entre les lieux touristiques sont, pour ce couple de touristes au capital spatial moyen, des problèmes déterminant leur façon d'habiter touristiquement : peu à l'aise avec l'utilisation de la métrique automobile (cf. chapitre 8), ils utilisent une stratégie (suggérée par l'un des guides) pour compenser cette faiblesse en termes de compétence technique : ils adaptent leurs pratiques et les lieux qu'ils souhaitent découvrir en fonction de leur placement. Ce dernier répond véritablement à une volonté de limiter les déplacements et de ne pas traverser l'ensemble de l'aire urbaine. Le placement s'inscrit dans une manière de faire avec de l'espace « économique », en évitant les trajets superflus. Cela s'accompagne également d'une aspiration – que l'on retrouve à nouveau ici – envers la métrique pédestre : cela constitue un facteur important dans leur arbitrage en matière de placement. Il faut également s'arrêter ici sur la dernière phrase de l'extrait. Elle permet de faire un lien avec l'hypothèse envisagée lors du chapitre précédent : cela confirme qu'un certain nombre de touristes opèrent une distinction entre Santa Monica et Los Angeles, découpage qui se traduit par des pratiques différentes, conforme à une pratique touristique métropolitaine classique avec leur placement à Hollywood, et une pratique touristique plus balnéaire à Santa Monica.

Cette mise en avant des métriques pédestres pourrait être considérée comme un indicateur de la difficulté des touristes à gérer les distances, et notamment à travers la métrique automobile : les touristes évoqués précédemment étaient plus enclins à utiliser les transports en commun et, à capital économique variable²²³, ils avaient comme point commun de disposer d'un capital spatial faible ou moyen. Le niveau de ce dernier serait-il la cause d'une telle logique de placement, les individus ne pouvant pas faire autrement ? Cette hypothèse n'est pas évidente à défendre, car le même registre de justification est invoqué par les touristes disposant d'un capital spatial plus élevé et ayant les parcours à Los Angeles parmi les plus développés spatialement (cf. chapitre 5). C'est par exemple le cas de **Valentine et Ludovic**, qui expliquent le choix quant à leur placement (au Motel 6) de la façon suivante :

« Je me sers du site booking.com et je regarde les avis des personnes, celui-ci était assez bien noté, *l'hôtel était bien placé*. Dimanche soir on a pu tout poser et aller directement sur le walk of fame en marchant un peu sans avoir à conduire. *C'est un confort.* »

Le *modus operandi* est similaire à celui de Jérôme et des précédents touristes, avec toutefois une différence importante : cette caractéristique du placement ne semble plus impérative mais devient un aspect facultatif, qui tient de l'ordre du « confort » (le fait de conduire à Los Angeles n'est pas un problème pour eux – cf. chapitre 8). Cela signifie toutefois que même si l'on dispose d'une voiture, la proximité, en termes de métriques pédestres, de son placement par rapport à un lieu touristique reste opérante et significative quant à l'appréciation d'un bon placement. Pour un certain nombre de touristes, le caractère plaisant du séjour semble inversement proportionnel au temps passé en voiture (remarque vue dans l'un des guides). Il semble en être de même dans le cas de **Scott** :

²²³ Que l'on peut apprécier par rapport au standing des hôtels.

- Why did you choose this hostel ?
- Because it's very expensive in Santa Monica.
- But why in this area ?
- Because it was *closed to the beach and closed to the third street promenade*, also easy to park, *within walking distance*.
- It's important for you to be closed to what you visit ?
- Yes, within walking distance.
- (...)
- The first time what did you do ?
- I was in the Hollywood heights hotel which is at a *walking distance* of Hollywood Boulevard and Sunset Boulevard. »

Pour cet australien, au capital spatial – et à l'expérience touristique – élevé (il est allé dans de nombreux pays et métropoles à travers le monde), même en disposant d'une voiture, il est important de se placer à distance de marche du lieu qu'il souhaite découvrir. Il effectue donc un arbitrage entre trois critères : un placement qu'il veut proche de ce qu'il veut découvrir, un certain confort et le budget dont il dispose. En raison du prix trop élevé (pour ses moyens) des hôtels de Santa Monica, Scott opte ainsi pour une auberge de jeunesse, afin d'être suffisamment proche – à distance de marche –, de la plage et de la Third Street Promenade.

7.2.2. La centralité relative du placement

Un second argument est revenu de façon récurrente dans le discours de justification énoncé par les touristes ayant choisi un hôtel au cœur du Westside : il relève de la centralité du placement effectué. Ainsi **Danny** qui a opté pour un hôtel sur La Brea « because *it's easy to get to the beach, easy to get to downtown* » ou encore **Simone**, qui ne dit rien d'autre à propos de son choix de rester au Hollywood Hights Hotel « because *you have an access to everything* ». Cela revient aussi par exemple de façon systématique dans la douzaine d'entretiens réalisés avec des touristes à l'hôtel Motel 6 à Hollywood (cf. chapitre 4). Je ne les reprendrai pas tous, mais on peut également citer le cas déjà évoqué de **Cathy** qui a choisi le Motel 6 (sur les conseils d'une amie qui y est passée auparavant) et apprécie particulièrement ce placement parce que « it is conveniently located to go everywhere » : cette réflexion n'est pas anodine de la part de cette touriste qui utilise uniquement les transports en commun. **Randle**, un texan (Dallas) de 35 ans²²⁴ qui utilise lui exclusivement la métrique automobile exprime également la dimension centrale de son placement à Beverly Hills :

- How did you choose it ?
- My travel agent from work pick a few hotels and choose based on the good location.
- Why it's a good location ?
- I think it's pretty good, the nightlife is a little slow but *it's a central location* to the airport, to my work location and to Hollywood.
- Why not in Hollywood ? It's cheaper !

²²⁴ A Los Angeles pour son travail mais que j'ai abordé sur la passerelle d'Hollywood alors qu'il était, comme il me l'a précisé, dans une pratique de récréation.

- It's a little bit more touristic, and I try to stay in a place which is more quiet, less tourists and much local people. I want to see the culture as it is, not necessarily as a tourist.

(...)

- What are your impressions about Downtown ?

- It's very business oriented, it's not necessarily a place for tourists who want to go, *I stay down there for one night and changed my hotel to Hollywood after that.*

- Just because of that ?

- Yes, it's loud and noisy and traffic, I prefer to stay in an area where I can...

- So you've been to Beverly Hills to be more quiet ?

- I find people who are similar to me, I can go to sit in a bar and have a conversation with somebody that is from LA, it is an other way I can find about good restaurants and good things to see, usually local people are very friendly and they want to help. That's my experience.

- And it's important for you to have these conversations ?

- I think so, it's part of the things that I do when I go to other cities. To meet local people and ask them for advice, they have pretty good ideas.

C'est un capital spatial élevé qui s'exprime explicitement dans le choix de placement de ce touriste. C'est la seconde fois qu'il séjourne à Los Angeles : il dispose donc d'une certaine expérience de ce lieu. On le remarque bien dans sa capacité (qui est celle des *repeaters*) à évaluer les différentes possibilités en termes de placement : bien que la « vie nocturne » y soit peu animée, Beverly Hills dispose d'une certaine centralité (à équidistance de l'aéroport, de son lieu de travail et du lieu de divertissement que représente Hollywood) qui répond à un besoin de compromis entre Downtown, un business district, et Hollywood « trop touristique »²²⁵. Cela relève essentiellement d'une compétence cognitive poussée. Un autre élément important est à relever de cet extrait : cette évaluation de la bonne place quant à son hébergement ne s'effectue pas seulement a priori mais aussi *in situ* : lors de son premier séjour, le premier placement à Downtown ne lui convenant pas, il n'hésite pas à changer d'hôtel. Cette façon de faire témoigne ainsi d'une capacité d'adaptation de la part de ce touriste, d'une faculté d'ajustement par rapport à son placement. De façon plus surprenante, la centralité a également été un élément avancé pour qualifier leur placement par des touristes hébergés à Downtown et Santa Monica, c'est-à-dire des lieux pourtant situés aux deux extrémités de l'espace touristique. Ainsi **Jan**, amstellodamois de 24 ans, a choisi un hôtel à Downtown pour son séjour de deux jours à Los Angeles :

- Why did you choose this location ?

- *It was central*, it was cheap and we use a website where you can indicate which price you want, the location, the ratings with other guests

- But Downtown LA is not a famous place !

- No *but it's cheap*

- So the location is not important for you ?

- We wanted to go to Venice Beach or Hollywood but there *we are in the middle so it's a good location.*

²²⁵ Son argumentation repose sur une description des lieux similaires à celles que l'on a pu observer dans les guides.

Kerry est aussi placé de façon centrale si l'on en croit ses propos. Pourtant, ce sud-africain d'une vingtaine d'années, à Los Angeles avant tout pour prendre quelques jours de repos (cf. chapitre 5), se situe à Santa Monica, à l'opposé de Downtown :

- It's a good place to stay in LA Santa Monica ? Because it's far away from the other places !
- Yes, but it's right by the beach and it's *centralized*, you can go quick to the airport and to Hollywood, it's not that long, to go to Disneyland or Downtown LA, Malibu... *it's a centralized location*.

Comment se fait-il que ces deux touristes, qui n'ont pas de voiture à Los Angeles, considèrent chacun leur place comme étant « centrale » ? On peut ici faire l'hypothèse que c'est leur capital spatial élevé qui leur permet d'encoder leur emplacement, topographiquement excentré par rapport aux autres lieux touristiques, comme étant central. Cela leur permet de proposer un discours de justification sur leur façon de faire avec de l'espace mettant en avant la certaine centralité de leur placement. Downtown et Santa Monica ne sont pas des lieux centraux dans l'absolu, mais de façon relative, seulement pour les touristes disposant des compétences pour pouvoir exploiter les différents avantages que ces lieux offrent : du point de vue de Kerry, Santa Monica est un endroit à partir duquel on peut accéder rapidement aux différents lieux touristiques de l'agglomération, même à Disneyland. Il y a une maîtrise de l'espace (on comprend à travers son discours qu'il place mentalement les différents lieux dont il parle les uns par rapport aux autres et qu'il se repère facilement à travers l'agglomération) par ces touristes, tant en termes de lieux que du point de vue de leur accessibilité respective, que l'on peut mettre sur le compte de compétences cognitives. Cela leur confère non seulement une capacité à maîtriser les différentes épreuves spatiales, mais plus encore à pouvoir choisir l'emplacement le plus adéquat par rapport à leur projet de recreation, correspondant avec l'intentionnalité de sa pratique : ce n'est pas un sacrifice pour Kerry de choisir Santa Monica afin de se reposer et faire du surf, de même que le placement à Downtown (globalement déconseillé par les guides, comme nous avons pu le constater dans la première partie ; on peut également faire l'hypothèse à ce sujet que ce placement relève d'une habitude quant à la manière de pratiquer touristiquement les métropoles) de Jan ne l'empêche pas, bien au contraire de réaliser sa découverte « express » et fondée sur un intérêt pour les marqueurs de l'urbanité métropolitaine (les buildings, son stade de basketball, etc.) de Los Angeles.

7.2.3. Les emplacements considérés comme périphériques

Downtown et Santa Monica peuvent également ne pas être considérés comme des placements disposant d'une centralité. C'est par exemple ce qui ressort du témoignage sur Tripadvisor²²⁶ de *Shiranson*, une jeune (18-24 ans) israélienne (Tel aviv) qui a séjourné au *LA Hotel Downtown* en avril 2013 :

Me and my husband stayed at the hotel for three nights. (...) While staying in LA we visited Universal Studios and the Dodgers Stadium which are *located fairly close* to the hotel. If you want to explore other sites in the city I would recommend reserving a hotel uptown. Downtown doesn't have much to offer tourists and you have to have a car to get around. Walking in the area at night is a little scary. Park across the street from the hotel to avoid the high parking rate.

Si ce couple de touristes dispose très probablement d'une voiture – son conseil sur le parking en est un indice déterminant –, son utilisation et la mise en valeur de ces avantages (une flexibilité des déplacements) ne semble pas aisée pour eux : leur cheminement restreint – du moins de ce que nous pouvons en savoir à partir de ce commentaire – et incluant uniquement des lieux « proches » en serait un témoin autant qu'une conséquence. Cette compétence technique que l'on peut donc supposer faible sur cet aspect n'est pas compensée par des compétences cognitives (connaître les différentes options possibles) qui lui auraient permis de mobiliser les différentes offres en matière de métro-métriques pour accéder aux autres lieux touristiques de l'agglomération. A cause de cette double limite, le placement à Downtown se révèle problématique pour eux, d'autant plus qu'ils y ressentent un sentiment d'insécurité (peut-être est-ce l'altérité imposée par la configuration urbaine qui les conduit à avoir cette opinion sur une partie de Downtown qui fait l'objet d'importants réaménagements urbains depuis une dizaine d'années). Il en est de même pour Santa Monica : si ce placement peut être considéré comme offrant une centralité pour certains tel Kerry, d'autres l'envisagent comme un lieu plutôt périphérique, comme c'est le cas de **Joseph** :

- Donc vous avez loué un appartement sur Santa Monica...
- Pas loué. C'est un appartement d'un ami parental.
- D'accord. Et vous pensez que c'est un bon endroit pour se loger ?
- Le truc, c'est qu'on est *loin du centre* pour après sortir... l'avantage c'est qu'on est juste à côté de la plage, et l'inconvénient c'est que le soir c'est un quartier résidentiel, donc il n'y a pas grand chose.
- Donc vous n'auriez pas forcément choisi cet endroit, si vous aviez...
- Moi *je ne connais pas du tout la ville*, mais *c'est difficile de choisir*, parce que la ville est tellement étendue, *c'est tellement énorme*, que de toute façon si on choisit d'habiter à un endroit, on en rate forcément d'autres... enfin, je veux dire, je ne suis pas sûr qu'il y ait un endroit particulier où vivre, dans le sens où, si l'on veut à la fois sortir, aller à la plage, visiter, enfin... *on s'en sort pas quoi*. Je pense

²²⁶ Le titre de son post "Comfortable stay, Bad location" est d'ailleurs explicite sur la qualité de ce placement ; il est disponible à l'adresse suivante : [www.tripadvisor.com/ShowUserReviews-g32655-d113221-r157194092-The LA Hotel Downtown-Los Angeles California.html](http://www.tripadvisor.com/ShowUserReviews-g32655-d113221-r157194092-The_LA_Hotel_Downtown-Los_Angeles_California.html)

que, c'est clairement pas le pire choix d'être au bord de la mer, enfin de la plage.

Ces touristes ont donc choisi – car il s'agit bien d'un arbitrage – le placement gratuit mais imposé plutôt qu'un payant mais sans doute plus en adéquation avec les pratiques qu'ils comptent réaliser à Los Angeles (notamment « faire la fête »). Joseph exprime clairement dans ce passage une carence en termes de compétences cognitives (déjà envisagée dans le chapitre 6) : il « ne connaît pas du tout la ville ». Malgré un capital spatial élevé (composé notamment par une habitude au contexte sociétal américain – ils vivent depuis près d'un an à Chicago) le placement constitue véritablement un problème pour eux. De son point de vue, il n'y a aucun placement idéal dans la configuration spatiale de Los Angeles, il n'y a pas de choix *évident* pour les touristes (comme pourrait l'être le centre-ville historique de bord de mer d'une métropole classique) : où que l'on soit, le déplacement est nécessaire, « on ne s'en sort pas » pour reprendre son expression. On constate bien dans ce passage comment la taille de l'agglomération instaure un jeu de distances jamais voulu et toujours plus ou moins maîtrisé par les individus. Le placement résulte alors toujours d'un compromis, d'un arbitrage entre différents paramètres : s'ils sont effectivement « loin du centre » (encore faudrait-il savoir lequel), en périphérie, cette position *relativement* excentrée – de son point de vue et par rapport aux autres lieux touristiques de l'agglomération – est compensée par l'aménité *absolue* (pour lui-même) du lieu et la proximité avec la plage. On retrouve une réflexion identique chez les touristes dont l'hôtel ne se situe pas dans le Westside. Voici par exemple le témoignage de **Marc et Carine** sur ce point :

« On est à l'est, c'est un peu loin, à 35 minutes d'ici à peu près. On est un peu déçu de l'hôtel, on ne pensait pas que ça allait être si compliqué pour se déplacer et si grand. On vient de Santa Barbara où c'est vraiment calme et cool, c'est différent. Quand on est arrivé on est monté voir les lettres d'Hollywood. On perd beaucoup de temps ici. »

Ces deux touristes sont donc, contrairement à Joseph et ses amis, loin du centre *et* de la plage. Leur déception par rapport à l'hôtel vient précisément de l'éloignement de l'hôtel par rapport à Hollywood (lieu de l'entretien). Leur choix ne se révèle pas aussi efficient qu'ils l'auraient souhaité à cause d'une mauvaise évaluation *a priori* (i.e. au moment de la réservation) des distances de leur part et de la difficulté pour se déplacer. C'est le même constat qu'établit **Samantha**, qui a elle choisi un hôtel près du LAX parce que ce n'est pas cher mais se rend compte *a posteriori* de l'inconvénient de ce placement en terme d'accessibilité : « I preferred to be here, but... it was supposed to be half an hour from here, but with the trafic it was an hour ». Sa réaction rend bien compte du décalage entre le temps d'accès supposé aux lieux touristiques depuis le placement qu'elle a choisi, et le temps nécessaire concrètement. Il s'agit d'une mauvaise évaluation *a priori* des distances de sa part qui l'a conduite à ne pas choisir un placement plus proche des lieux qu'elle veut pratiquer (l'entretien se déroule sur le walk of fame) et la pénalise lors de son séjour.

De même pour **Edward**, dont c'est le comité d'entreprise qui s'est chargé de la réservation de l'hôtel à Redondo Beach, pour qui ce placement semble être aussi un inconvénient dans la mesure « it's too far with public transport (...) I guess if our hotel were in this area (Hollywood) it would be easier ». Ce touriste rend compte ainsi qu'il est toujours possible d'accéder en

transport en commun aux lieux touristiques depuis ce placement, mais le rend plus compliqué et accroît sa pénibilité. Ou encore pour **Gil et Nathia** dont l'hôtel était compris dans un package (ils n'ont donc pas choisi leur emplacement) qui font le constat suivant : « if you want to be close to everything, it's better here (Hollywood). But we are close to the airport ». L'un des intérêts (qui résulte soit d'une stratégie, soit, comme dans ce cas, d'un discours de rationalisation d'un choix qui n'est pas évident) de cette proximité avec l'aéroport étant, d'éviter les longs trajets à l'arrivée (le vol dure une dizaine d'heures depuis l'Europe) et/ou au départ de Los Angeles (en cas de départ tôt)²²⁷. Inversement, le placement à Norwalk (municipalité située dans la partie est de l'agglomération), compris là aussi dans un package, ne semble pas poser de problèmes à **Jérémy** qui indique qu'« il n'y a pas de mauvaises surprises, apparemment la circulation ça a l'air d'aller quand même, il n'y a pas de bouchons, on n'a pas trop galéré en voiture » et plus encore pour **Ken**, de nationalité danoise, qui a délibérément choisi un hôtel « in the suburbs, an hour from here (...) because it was cheap and I don't like Downtown, there are too many people ». Il s'agit véritablement dans ce dernier cas d'une stratégie d'éloignement, de distanciation, par rapport aux lieux de plus fortes concentrations. C'est assurément son capital spatial élevé (il est déjà venu plusieurs fois à Los Angeles) qui lui permet de choisir le placement qui lui convient le mieux parmi l'ensemble des places disponibles, ses compétences cognitives et techniques lui permettant de ne pas envisager les distances comme un problème pour lui. C'est aussi le cas pour cette famille de Québécois, qui ont choisi un hébergement dans le quartier Commerce pour « une question de prix et de facilité de déplacement car on est proche de l'autoroute. Et la qualité de l'hôtel par rapport au prix est bien ». Pour ces touristes, peu importe le placement au final avec une voiture, on n'est jamais loin d'une autoroute à Los Angeles (un postulat établi par l'un des guides).

7.3. Conclusion

Du point de vue des individus, l'hébergement correspond véritablement à un arrangement spatial des réalités sociétales à l'échelle de l'agglomération : il s'agit bien en cela d'une modalité de placement. Une description de la répartition des hôtels à Los Angeles nous permet de constater qu'il y a de nombreuses possibilités en termes de placement. Les touristes ont un large choix : des structures d'hébergement sont réparties un peu partout au sein de l'agglomération, dans une grande variété de quartiers. Pourtant l'aménité du lieu, sa réputation, ou le paysage qu'il peut offrir ne sont pas des critères mis en avant par les guides. Leurs recommandations reposent avant tout sur une logique fonctionnelle avec comme préoccupation principale la question des distances : les guides conseillent un placement dans le Westside « élargi » – entre Downtown et Santa Monica – pour disposer d'un accès aisé aux autres lieux de l'espace touristique.

Cette analyse se retrouve dans le discours de justification des touristes quant à leur placement : cette correspondance indique soit une utilisation avisée de cet outil de leur part (qui relève d'une compétence technique) soit une capacité à se placer de façon pertinente, stratégique, par rapport

²²⁷ La manière d'habiter touristiquement Los Angeles par François (cf. infra) est particulièrement explicite sur ce point

aux pratiques qu'ils veulent effectuer et aux lieux qu'ils veulent visiter. Plus exactement, il semble que ce placement répond à deux principales logiques. D'un côté, nous avons pu remarquer que le discours de justification des touristes par rapport à leur placement pouvait s'inscrire dans une « **logique du centre** », c'est-à-dire d'accessibilité par rapport aux autres lieux touristiques, selon une considération topologique. La centralité du placement est toutefois relative et dépend des compétences des individus à maîtriser la configuration urbaine et à exploiter les potentialités offertes par la métropole. D'un autre côté, un certain nombre de touristes développent une « **logique du proche** », où le placement est décidé par rapport à l'environnement immédiat, dans une réflexion topographique, ou être « à distance de marche » est un élément important (la métrique pedestre restant ainsi, même à Los Angeles et de façon très localisée, un élément fort de la manière dont les touristes font avec de l'espace et décident de leur placement). Si cette propension concerne des individus au profil variés, on peut constater que les touristes qui ont un capital spatial faible ou des compétences cognitives et techniques limitées sont restreints dans leur choix de placement (il y a une certaine contrainte), une mauvaise décision devenant vite un handicap ; inversement, les touristes ayant un capital spatial élevé peuvent jouer avec les différents placements possibles et s'accommoder d'un placement qui ne se révèle pas aussi pertinent que prévu. La taille de l'agglomération et les distances entre les différents lieux touristiques s'imposent aux manières dont les touristes font avec cet espace : on constate ainsi que la question des métriques est au cœur de cette épreuve du placement. C'est ce problème que nous allons étudier dans le chapitre suivant.

Les métriques pour habiter touristiquement Los Angeles

Plus que pour tout autre type de lieu touristique, la gestion des distances est une épreuve fondamentale pour habiter touristiquement une métropole, d'une part à cause de la taille de l'objet spatial et d'autre part en raison de la modalité de recreation – la découverte – que l'on a pu classiquement lui associer (cf. MIT, 2002). On peut faire l'hypothèse que ce problème se pose pour les touristes avec encore plus d'importance à Los Angeles du fait de l'étalement considérable de l'aire urbaine. Même si l'espace touristique ne correspond qu'à une partie de l'agglomération, les différents lieux qui le composent sont distants les uns des autres. Par rapport à cette configuration, nous avons vu que le placement des touristes correspondait à une logique de centralité et/ou une logique de proximité, afin de faciliter l'accessibilité aux différents lieux touristiques. L'épreuve du placement s'inscrivait pleinement dans une réflexion plus large sur la gestion de distances. Le problème des métriques est également au cœur de l'épreuve du cheminement²²⁸ : les touristes habitent-ils différemment Los Angeles en fonction du mode de transport qu'ils ont choisi ? Pour le dire autrement, existe-t-il une métrique meilleure, plus efficace qu'une autre, pour un touriste, lui permettant de réaliser les pratiques touristiques à Los Angeles ? Mais la question n'est pas tant de savoir quelle(s) métrique(s) les touristes adoptent (le nombre de possibilités étant toujours relativement limité, mais : comment font-ils avec celle(s) qu'ils utilisent ? Quelles compétences leur permettent de les utiliser ? Choisissent-ils différentes façons de gérer les distances en fonction des pratiques qu'ils veulent effectuer et des lieux qu'ils veulent visiter ?

Nous allons dans un premier temps appréhender le discours des prescripteurs de pratiques. Quelles façons de se déplacer les guides conseillent-ils aux touristes ? Leur avis est d'autant plus nécessaire à prendre en compte que nous avons déjà pu vérifier leur influence et leur prise en compte par les touristes dans les manières de faire avec les précédentes épreuves spatiales. On pourra alors savoir quelle description des différents composants et enjeux, intervenant par rapport à cette épreuve spatiale, est proposée aux touristes. À la lumière de ces prescriptions ainsi dégagées, nous aborderons dans un deuxième temps les manières dont les touristes font avec les différentes métriques pour habiter touristiquement Los Angeles et les compétences qu'ils doivent mobiliser pour cela.

²²⁸ Cela nous donne l'occasion de souligner la différence entre l'épreuve du cheminement et celle de la gestion des distances : la première concerne les compétences nécessaires pour parcourir un espace, pour mettre en relation (selon une relation logique) différents lieux, alors que la seconde relève de la manière dont un individu envisage et gère les distances entre ces lieux, sans nécessairement envisager le parcours dans son ensemble.

8.1. Les prescriptions de métriques par les guides

Quelles sont les recommandations des guides par rapport à la manière dont il faut se déplacer et gérer les distances à Los Angeles ? Le principal élément qui ressort de l'analyse de ces sources d'informations est, de leur part, une prise de position explicite en faveur de la métrique automobile :

The only certainty when it comes to getting around LA is that wherever and however you're going, you should allow plenty of time to get there. This is partly due to the sheer size of the city, but the tangle of freeways and the gridlock common throughout the day can make car trips lengthy undertakings (...) The best way to get around LA is to drive. (Rough Guide, 2006, pp.35-36)

Although public transport in LA is improving, it's a brave soul who chooses to tackle the town without a car. LA's sprawl is best negotiated from behind the wheel. Driving in LA presents its own challenges. Those used to driving in towns or smaller cities may blanch at the five lane freeways. However, LA is less terrifying for drivers than, say, New York, in part because the traffic often moves at a snail's pace. (Time Out, 2008, pp.302-304)

Le contexte est posé d'entrée : quelle que soit la destination et le mode de déplacement, le touriste est averti qu'il passera un temps considérable dans les transports, à cause notamment de la taille de l'agglomération. Face à ce constat, les guides effectuent une recommandation explicite : le meilleur moyen de se déplacer à Los Angeles est la voiture. Toutefois, ils prennent bien soin d'apporter immédiatement une précision par rapport à ce choix : conduire à Los Angeles n'est pas simple, c'est « un challenge en soi ». Selon eux, le nombre et la largeur des voies de circulation (avec les fameux échangeurs à 3 ou 4 étages) contribuent au caractère impressionnant de ce système, surtout pour les individus qui ne sont pas familiers d'une telle urbanité, et cela même si Los Angeles a été largement aménagée pour la voiture, configuration qui facilite la conduite par rapport à d'autres situations métropolitaines comme New York par exemple. Ce discours sous-entend ainsi que s'il est relativement plus facile de conduire à Los Angeles qu'ailleurs. Cela reste malgré tout compliqué dans l'absolu. Implicitement, il indique donc que des compétences sont nécessaires pour utiliser cette métrique. On peut mettre en perspective ce discours destiné à un public anglophone avec un point de vue francophone, ici envisagé à partir du discours du guide du routard :

« Quand on sait que les coins intéressants sont parfois éloignés du centre de 20 à 30 km, et même si le réseau de bus est satisfaisant, il est souvent plus confortable de posséder une voiture. L.A. est une des rares villes américaines où l'on conseille vraiment d'en louer une, même si le stationnement, pas facile, est coûteux (choisir un hôtel avec parking gratuit est judicieux). (...) Si vous optez pour la voiture de location et que vous comptez rayonner en ville, l'utilisation d'un GPS vous sera d'une grande utilité (généralement facturé 10\$ par jour par les loueurs). En voiture, à L.A., c'est comme en métro : pour se rendre d'un point à un autre, il faut toujours avoir en tête son itinéraire, le nom de sorties ou au moins les numéros des freeways à suivre, dans quelle

Car le discours des guides, s'il suggère fortement l'usage de la métrique automobile, précise rapidement que cette façon de se déplacer comporte un certain nombre d'inconvénients : « traffic being **bumper-to-bumper** much of the time (...) the system can be **confusing**, especially since each stretch might have two or three names (often derived from its eventual destination, however far away) as well as a number. » (Rough Guide, 2006, pp.35-36). Qui plus est, les contraintes ne se limitent pas aux seuls aléas de la circulation et de la navigation : les guides prennent soin ensuite de donner un certain nombre des éléments indispensables à prendre en compte pour intégrer les mœurs locales :

All the major car rental firms have branches throughout the city, and most have their main office close to LAX, linked to each terminal by a free shuttle bus. Parking is a particular problem Downtown, along Melrose Avenue's trendy Westside shopping streets, and in Beverly Hills and Westwood - the latter with one of the nation's most aggressive meter-enforcement policies. Also watch out for restrictions - some lampposts boast as many as four placards listing dos and don'ts ; it's better to shell out \$5 for valet parking than get stuck with a \$35 ticket for parking in a residential zone. If you're staying at a major chain hotel in a high-ticket area (especially Downtown and Beverly Hills), be prepared to plunk down an average of \$20-30 per day for hotel parking; otherwise, at cheap motels and hotel in lower-rent areas, it'll cost you nothing to keep your vehicle overnight. » (Rough Guide, 2006, pp.35-36)

« On surface streets, you can turn right on a red light if your way is clear, and the speed limit is 35mph. Note that using a non-hands-free cellphone while driving is now illegal. And, staying with the law for a moment, the drink-driving laws across LA are strict and not to be tested. Most firms won't rent to anyone under 25. (...) All quotes from US websites will exclude insurance. US travellers may be covered by your rental car insurance at home ; If not, you'll need to take out liability insurance and collision damage waiver with the rental firm, which together usually total around \$25-\$30 a day. (...) Parking restrictions vary by street, and the signs detailing them are far from clear. Check signs on your side of the block, which should detail parking laws. Most streets have street-cleaning days when parking is illegal ; others allow permit parking only after 6pm and at weekends. All parking tickets accrued while in a rented vehicle are your responsibility. Parking meters and free or cheap car parks are plentiful. In some bars and restaurants, you can use valet parking : you'll need to tip the valet (\$2-\$5) on top of the parking fee, but it's cheaper than paying a fine. » (Time Out, 2008, pp.302-304)

C'est une description relativement développée du réseau d'engagements dans lequel s'inscrit l'utilisation de la métrique automobile à Los Angeles, autant d'aspects auxquels il faut faire attention, qui est ainsi proposée aux touristes. Cela représente un certain nombre de préoccupations qu'il serait possible de réduire en payant davantage : les guides conseillent par exemple au final, plutôt que de se tromper dans la signalétique faute de disposer des compétences cognitives nécessaires, de faire appel aux voituriers. Il s'agit là d'un recours régulièrement (selon les situations) imposé, inévitable, même pour les angelinos : d'une certaine façon, un conducteur

a le choix entre perdre du temps pour trouver un parking « libre d'accès » ou perdre de l'argent en donnant les clés de sa voiture à ces intermédiaires. On peut encoder cela comme la possibilité de compenser l'absence des compétences suffisantes pour maîtriser les différentes réglementations par une utilisation de son capital économique. Ces extraits permettent également de se rendre bien compte du coût élevé de l'ensemble des dépenses plus ou moins nécessaires pour l'utilisation d'une voiture à Los Angeles. Choisir cette métrique pour un touriste implique de considérer tout un faisceau d'éléments et de situations composant le réseau au sein duquel s'inscrit son utilisation. On saisit implicitement que cette façon de se déplacer et de gérer les distances par la métrique automobile est mise en avant plutôt par défaut : du point de vue des guides, ce n'est pas parce que c'est une expérience originale et agréable²³⁰, mais parce qu'il n'y a pas véritablement d'autres choix :

LA's Metrorail subway and light-rail system has tried for fifteen years to expand and access areas of the city that its critics claimed it would never reach. The system has generally been successful in reaching its geographic goals, and more commuters are riding it each year (...) with most local buses stopping on every corner, bus travel is hardly a speedy alternative. The Metrorail subway and light-rail system are increasingly attractive options, though at present they serve too few parts of the city to be your only transit option. For tourists, much depends on location - if you're staying in Hollywood, Pasadena, or Long Beach and want to go Downtown without a car (or vice versa), it's pretty useful. Otherwise, the city's other popular areas - notably the Westside - are well out of its reach. (Rough Guide, 2006, pp.35-36)

LA's Metro system covers only a limited area of the city at present. However, it is expanding, and it *can be a very convenient way to get around, especially to and from downtown*. (...) Certain sections of LA - Santa Monica and Venice, Beverly Hills, parts of West Hollywood, central Hollywood, the centres of Los Feliz and Silver Lake, pretty much all of Downtown - *are easily covered on foot*. (Time Out, 2008, pp.302-304)

« Certes les bus vont partout et sont bon marché, mais ils sont lents car ils prennent rarement les freeways, et ils arrêtent pour la plupart de circuler à minuit. Le système est en outre assez complexe car il y a plusieurs réseaux. En revanche, vous vous éviterez les soucis (et les frais) de stationnement, ce qui est non négligeable. (...) Même si le métro de Los Angeles est encore trop peu développé et peu pratique, il permet tout de même d'atteindre très rapidement certaines destinations assez éloignées, pour un prix modique (1,50\$) ». (Guide du Routard, 2011, p.445).

²³⁰ Je n'ai croisé qu'une fois deux touristes français qui réalisaient explicitement une pratique de *cruising* à Los Angeles : ils avaient volontairement loué une Ford Mustang pour profiter pleinement de l'expérience et du plaisir que peut constituer la conduite sous le soleil et avec le paysage californien. Ils ne se sont pas présentés au rendez-vous qui avait été fixé pour un entretien.

Illustration n°60 :
Réseau des transports en commun (bus et métro) de Los Angeles



Source : www.metro.net

Illustration n°61 :
Plan des lignes de métro de Los Angeles



Source : www.metro.net

Selon les guides, les transports publics ne constituent pas une alternative réellement envisageable: le métro ne serait pas, de leur point de vue, un système permettant une mise en relation efficace des différentes parties de l'agglomération, et notamment le westside, espace où se situe la plupart des lieux pratiqués par les touristes, encore (des projets d'extension sont en cours de réalisation) peu concerné par ce mode de transport (cf. illustration n°60). Le réseau de bus ne serait pas lui non plus efficient : malgré les très nombreuses lignes (cf. illustration n°61), les arrêts fréquents (des bus locaux - en orange sur la carte -, les *rapid* - lignes rouge - ne s'arrêtant qu'au croisement des rues principales) et l'intégration à la circulation (malgré un nombre de voies conséquent pour chaque axe de circulation, il n'y a pas de lignes réservées pour les bus) n'autorisent pas des déplacements rapides. Cela semble constituer un handicap lorsque la durée du séjour est courte, malgré un coût moindre et une simplicité d'utilisation (des difficultés moindres). Seuls quelques lieux seraient, du point de vue des guides, compatibles avec les métro-métriques, et notamment à partir de Downtown, dont on remarque la dimension centrale sur ce point.

C'est donc le discours qui gravite autour et informe les manières de gérer les distances de la part des touristes que nous venons d'appréhender. Les guides orientent leurs recommandations en matière de métrique essentiellement par rapport au problème que représente le cheminement au sein de l'agglomération : quel est le meilleur moyen pour parcourir Los Angeles, passer d'un lieu à l'autre ? A cette question, la réponse des guides est explicite : ils insistent sur l'utilité d'avoir une voiture. La métrique automobile est d'un certain point de vue construite comme une nécessité : les guides développent un discours indiquant qu'il ne serait pas possible de faire autrement, malgré les différents coûts (aussi bien économiques que cognitifs) que cela représente. On peut ainsi véritablement considérer le discours des guides comme le témoin de celui qui prédomine sur Los Angeles et participe de sa réputation (la métropole de la voiture, le symbole d'un « drive-in way of life »). Car le recours à cette métrique automobile apparaît comme une solution par défaut, dûe à un système de transports en commun qui ne serait pas suffisamment efficace pour permettre d'habiter touristiquement cette métropole. Malgré tout, ces guides ajoutent quand même que certains placements sont plus compatibles que d'autres avec l'utilisation des transports en commun et avec le développement des métriques pédestres. Il s'agit maintenant de travailler sur les manières de faire développées concrètement par les touristes pour gérer les distances.

8.2. Les métriques de l'habiter touristique

Nous venons de présenter tout à la fois les métriques disponibles et les recommandations des prescripteurs. Mais comment les touristes gèrent-ils effectivement les distances entre les lieux touristiques ? De façon correspondante à ce qui est recommandé par les guides, une très large majorité ²³¹ des touristes disposent d'une voiture à Los Angeles (sans avoir valeur de représentativité, cela concerne plus de 80% des touristes interviewés dans cette enquête). Mais le calcul de cette proportion n'est pas la question principale. Le cœur du problème tient en la compréhension des manières dont les touristes font avec les différentes métriques disponibles et les compétences que cela nécessite. Quels arbitrages effectuent-ils pour gérer les distances ? Dans quelle mesure l'utilisation des différentes métriques nécessite-t-elle la mobilisation d'un capital spatial et de compétences ?

8.2.1. La métrique automobile : une évidence qui ne va pas de soi

Disposer d'une voiture pour gérer les distances quand on est touriste à Los Angeles est construit comme une évidence (j'ai pu observer que la première question posée aux touristes par les réceptionnistes des hôtels est de savoir s'ils ont pu se garer). Encore faut-il avoir les compétences pour pouvoir profiter des avantages que procure ce mode de déplacement et rentabiliser cet investissement financier ; c'est ce que nous tâcherons de comprendre dans cette section. Et pour cela on peut débiter par le cas de **Randle** qui illustre particulièrement bien la manière dont les touristes américains peuvent appréhender la gestion des distances à Los Angeles :

- We do a lot of driving in Dallas, but it's not like in LA. The distance between things is much greater as it is here, but we do a lot of driving. (...) in Dallas, the distance between things is so great that you're forced to drive, it's very similar from that perspective, you don't have great public transportation, so if you want to get from one place to another it's problematical and sometimes the distance could be 20 or 30 miles; unlike here, it could be 8 or 20 miles maximum. From here to Beverly Hills, it's not very far but it takes 30 minutes. It's very similar to Dallas, but Dallas is more spread out.
- How does it work to drive here ?
- It's busy. What I've noticed about the traffic in LA vs Dallas is I think the people in LA come to the fact that there is always going to be traffic and so they are nice, friendly, they let you in, they let you off. In Dallas people are frustrated when there is a lot of traffic.
- It's not too expensive to drive and park here ?
- It is expensive.
- Why don't you use public transportation ?
- I prefer to have flexibility, because if I choose to drive from here to far away, I can do that.

²³¹ Malgré mes recherches, je ne dispose pas de données précises à ce sujet. Pour se donner un ordre d'idée, une enquête réalisée sur Santa Monica en 2006 ("A STUDY OF VISITORS TO THE DOWNTOWN SANTA MONICA AREA") avance que l'automobile est le moyen de transport pour 70% des visiteurs (ici retenu dans son acception la plus large).

- Do you watch your time because there is the parking when you are visiting a place ?
- Yes, it's true, if I park for an hour I probably run for 45 minutes.
- (...)
- What are your feelings about the difference between NY and LA ?
- I really love NY, the atmosphere, the culture, public transportation is amazing there. I always take the subway there.
- Do you prefer that ?
- Actually, I prefer to take the subway in NY to having to drive in LA. But it's just different. If you want to go to some place and it's sunny, there are the beaches that you can go to. There are two totally different cities, I like each in their own context.
- The distance between 2 points in LA is a problem for you ?
- I think it is a little bit difficult simply because you have to plan your time based on that. In the winter the sun goes down at 5:30 so if you want to see something after 5:30 it's gonna be dark. But you just have to plan, I don't think it's a big deal.

Ainsi, pour ce touriste, Los Angeles (on peut supposer qu'il fait en réalité référence au Westside²³², ce qui est une différence notable) est presque petit comparé à Dallas : les distances y sont moins importantes. Pour Randle, cela ne lui pose assurément aucun problème de conduire à Los Angeles et il ne lui vient pas à l'esprit d'utiliser les transports en commun durant son séjour dans cette métropole (il a utilisé sa voiture pour venir au walk of fame – lieu de l'entretien – depuis Beverly Hills) : c'est son capital spatial (la familiarité avec ce mode de vie) qui lui permet d'utiliser cette métrique sans désagrément important. Pour autant, cela n'indique pas qu'il n'a pas les compétences pour prendre le métro dans la mesure où non seulement il l'utilise facilement et systématiquement à New York, mais plus encore il indique apprécier davantage prendre le métro dans cette dernière cité que la voiture à Los Angeles. Cela signifie qu'il n'est pas dans un usage systématique de la métrique automobile, quelle que soit la configuration urbaine, mais dans une situation d'adaptation par rapport à la situation avec laquelle il doit faire : il évalue quelle est la métrique la plus adéquate pour gérer les distances, celle qui lui permet d'être le plus efficace en fonction de la configuration urbaine. La voiture est à Los Angeles le moyen de transport qui lui garantit un accès à l'ensemble des potentialités offertes par la métropole : le système des transports en commun ne lui semble pas assez efficace pour garantir une flexibilité suffisante dans ces déplacements²³³. L'utilisation de cette métrique a néanmoins une contrepartie, sa flexibilité n'est pas totale : le parking semble être une contrainte importante dans la manière d'habiter touristiquement cette métropole : on peut faire l'hypothèse que le prix du parking (donc c'est le coût d'ensemble de l'utilisation de cette métrique qui apparaît ici) intervient de façon sensible dans la manière des touristes de faire avec de l'espace, ces derniers limitant (temporellement et spatialement) leur pratique du fait de ce paramètre (on peut notamment penser au contexte du *Walk of Fame* sur Hollywood Boulevard où l'on a vu que les touristes restaient peu de temps, peut-être autant par manque d'intérêt que finalement pour limiter le coût du parking). On retrouve une réflexion similaire dans les propos d'Angie :

²³² Cela illustre la propension des touristes à réduire Los Angeles à une petite partie de l'aire urbaine.

²³³ Le fait qu'il y soit pour son travail intervient dans cette justification, même s'il semble très probable qu'il utiliserait la voiture aussi dans une situation exclusivement touristique).

- How do you move around in LA ?
- We rented a car
- It's easy to drive in LA ?
- Yes, very easy !
- Really ?
- Yes, we live in Toronto so driving in LA is not a problem.
- You don't have any problem to park ?
- We park right around the corner and the parking is cheaper than in Toronto
- To get your directions and to know where to go ?
- We don't have problem, we've got maps and we have a good navigator
- And the distance between 2 points is not too important for you ?
- It's just a big city. We want to go to Rodeo Drive but the main purpose of the trip was the coastal drive from San Francisco to LA, so that's been really fun except for the landslide and we had to backtrack for a couple of hours from highway 1 back to Monterrey, they didn't tell us.

C'est le capital spatial et les compétences techniques de cette touriste qui lui permettent de dire qu'il est plus simple de conduire à Los Angeles qu'à Toronto, le parking y étant selon elle moins cher et la navigation pas un réel problème avec les outils adéquats : c'est du point de vue de cette touriste que l'on se rend compte que Los Angeles a été aménagée pour l'automobile plus que toute autre métropole. Inversement, la question du stationnement semble être davantage compliquée pour **Vigay**²³⁴ : « it's difficult to park. In New Jersey we don't live in a city like this. Here it's a big city like NY. It's nice to visit but not to live here ». C'est la différence de capital spatial qui se manifeste explicitement à travers ce contraste : les individus apprécient différemment les métriques et leurs contraintes selon le degré d'urbanité de leur lieu de résidence, des façons de se déplacer auxquelles ils sont habitués dans leur quotidien : il est plus facile de conduire à Los Angeles pour quelqu'un qui réside dans un lieu où la configuration spatiale est plus urbaine (c'est-à-dire dans un contexte où il est encore plus difficile d'utiliser la voiture, les métro-métriques étant importantes) que pour quelqu'un qui réside dans un espace périurbain de plus petite taille (la question scalaire apparaissant à nouveau comme l'élément discriminant) et fonctionnant uniquement à travers la métrique automobile comme peut l'être le New Jersey. A l'instar de Randle, si **Scott** utilise lui aussi exclusivement la voiture à Los Angeles, cela résulte d'une capacité à évaluer ce qu'il considère comme étant la bonne métrique pour habiter touristiquement cette métropole selon lui :

- Do you used to drive in other cities when you visit ?
- In London I did, but not in Paris.
- It's easier to drive or to take public transportation ?
- *It depends where you are.* In Australia I don't use public transportation. Trains in Brisbane are good but generally public transports are not very good.
- Do you think the distances in LA are a problem ?
- Yes, *on the map it looks close but it's very long.* (...) I wouldn't be able to go without a GPS.

²³⁴ Un homme d'une quarantaine d'années voyageant avec sa famille

Le passage montre bien comment son capital spatial lui permet de jongler sans problème avec les différents types de métriques en fonction de l'urbanité des configurations spatiales. Malgré ces compétences, Scott affirme qu'il ne serait pas capable de se déplacer en voiture à Los Angeles sans GPS : c'est la taille et la complexité du réseau routier de l'agglomération qui impose le recours à cet équipement. C'est une situation identique que l'on retrouve dans le discours de **Valentine** et **Ludovic**, un couple de touristes français :

- Vous avez utilisé seulement la voiture à LA ?
- Oui. Par commodité, pour ne pas être dépendants du bus et des horaires des transports. Ça nous revenait moins cher de garder la voiture vu qu'on l'avait déjà.
- Et c'est comment de conduire à LA ?
- Il y avait du monde sur la highway, mais ça fait un an que je suis ici donc je me suis habitué.
- Ce n'est pas trop désagréable de faire de longues distances ?
- Oui c'est assez long mais ça va. Depuis un an *on s'est adapté au mode de vie américain, on prend la voiture pour se déplacer*. On a un GPS. C'est utile car les directions ne sont pas indiquées.
- Donc vous utilisez un GPS et google map ?
- Oui, on a les deux, au cas où le GPS ne marcherait plus.

Ce couple justifie ainsi en deux temps non seulement l'utilisation de la voiture mais plus encore la non prise en compte des autres types de transports. L'un des arguments qu'ils avancent est d'ordre économique : ça leur fait « gagner de l'argent ». S'il est difficile de vérifier cette affirmation, le coût moins élevé de ce mode de déplacement (par rapport aux transports en commun) semble toutefois peu probable *a priori*. Mais leur principal argument, avancé en premier, est d'ordre pratique : il s'agit du moyen qu'ils considèrent comme étant le plus simple et le plus efficace pour circuler à Los Angeles. C'est leur capital spatial (ils achevaient un séjour d'un an au moment de l'entretien : ils ont l'habitude du contexte sociétal états-unien) et leurs compétences (cognitives, techniques) qui leur permettent de choisir cette option pour gérer les distances. Cela résulte d'une évaluation en amont des différentes options qui se présentent à eux. Ils ont ainsi estimé que la métrique automobile leur faisait gagner en autonomie et en temps, notamment parce qu'ils se sont habitués au mode de vie américain, à la façon de faire avec les distances aux Etats-Unis : ils prennent « tout le temps » la voiture pour se déplacer. Cela n'est pas le cas pour **Joseph** et ses amis qui, s'ils ont eux aussi l'habitude du contexte sociétal américain (ils résidaient une année à Chicago et y ont passé leur permis de conduire) et un capital spatial élevé insistent plus, non pas tant sur le caractère problématique de la gestion des distances par la métrique automobile que sur les contraintes qu'elle impose :

- Et pour vous c'est un problème cette étendue si importante ? Par rapport à Chicago admettons...
- Par rapport à Chicago ouai, c'est plus chiant, parce qu'on est obligé de prendre la voiture, du coup faut se garer, et tout, c'est moins... le soir ! Pour le soir, les taxis on est obligé d'en prendre... et comme tout est très étendu, les taxis sont chers. Alors que, je sais pas, à Chicago, on prendra pas la voiture, et on prendra les taxis, et les taxis coûtent moins chers parce que tout

est plus concentré. Après... - Ouai, c'est ça le truc, avec l'alcool, on peut pas rouler bourrés...

(...)

- Et est-ce qu'ici vous l'utilisez ou... parce que vous parlez de taxis... Vous avez un van et vous prenez quand même le taxi ?

- On s'en sert dans la journée, mais on prend les taxis pour sortir, parce qu'on ne peut pas le prendre au retour. A cause de l'alcool... dans la journée, on peut se servir de la voiture, mais pas le soir. Par exemple, même à New York ou Chicago, même la journée on ne l'utilisait pas. On le laissait au parking et on n'y touchait pas. Alors qu'ici on est obligés de l'utiliser régulièrement parce que la journée en taxi ça nous coûterait trop cher, alors qu'à New York, ou à Chicago, on peut soit prendre les transports en communs, soit prendre un taxi, et... un taxi à plusieurs ce n'est vraiment pas cher. Et, ouai, ici on est obligés de le prendre tout le temps. Là on a perdu une heure pour se garer, enfin... C'est pas pratique quoi.

- Et pour conduire ici justement, est-ce que c'est simple, est-ce que... vous qui avez l'habitude de conduire à Chicago... ?

- Ouai, les routes sont super larges, et... ouai, c'est assez droit.

(...)

- Est-ce qu'ici vous utiliseriez les transports en commun, ou est-ce que vous..

- J'ai vu qu'il y avait un métro là... mais sinon on n'a pas du tout regardé où est-ce qu'il allait... - On a la voiture quoi ! On ne va pas prendre les transports si on a la voiture quoi. On met le GPS et c'est réglé.

(...)

- C'est pas tellement une question de voiture, c'est plus une question de distance. C'est à dire que tu prends la voiture pour faire 5 minutes, en soi c'est pas dérangeant. Là, on est venus juste pour voir Hollywood Boulevard qui nous a pris 20 minutes, on a fait 25 minutes de voiture, on a mis une demi-heure pour se garer quoi... c'est plus une question de temps... et la circulation... c'est les distances.

- Donc, pour se garer, c'est plus chiant qu'à Chicago par exemple ?

- Ben, le truc c'est qu'ici on peut pas... enfin... c'est difficile de faire tout à pied quoi. Vu que c'est hyper étendu... alors qu'à San Francisco, à Chicago, à New York, on posait la voiture et on ne s'en servait pas quoi... c'est ça qui est dommage quoi. - Même si à Chicago tu vas galérer une heure pour garer ta voiture, une fois qu'elle est garée, elle est garée. Le problème est résolu. Là, on va reprendre la voiture, on va aller ailleurs, et si jamais on veut se garer, on va reperdre une heure. - Même Beverly Hills, on va le faire en voiture, c'est moins drôle que de marcher, enfin... En plus... à la rigueur, en plus à San Francisco, on avait marché avec... on avait marché pendant quasiment 1h30, 2h dans la ville, donc c'est des grosses distances, enfin c'est limite comme si on avait fait Santa Monica jusqu'à ici quoi... Et c'est juste que... mais c'est un vrai plaisir, sur toute la route, c'est agréable à faire tu vois. Alors que pour venir ici, on a fait le trajet en voiture, ça n'a pas trop d'intérêt.

S'ils vivent aux Etats-Unis, ces parisiens d'origine ne sont donc pas, contrairement à Valentine et Ludovic, habitués à prendre la voiture pour le moindre déplacement, bien au contraire. Les configurations spatiales auxquelles ils font référence et apprécient sont les plus urbaines des

Etats-Unis (Chicago, San Francisco, New York) : les métriques pédestres et métro-métriques y sont très développées et ils les exploitent au maximum (ils ne touchent plus à leur véhicule une fois celui-ci stationné). Cette façon de faire, d'arbitrer entre les différentes métriques possibles, ne leur semble pas possible à Los Angeles : le fait d'avoir une voiture exclut les autres modes de transport, même si cela implique un certain nombre de contraintes et de désagréments. Le caractère problématique de la métrique automobile (et non la flexibilité qu'elle offre) est particulièrement perceptible pour une pratique qui leur est importante : aller faire la fête. On constate ici comment un placement peut se révéler inadéquat, Santa Monica (cf. chapitre 7) étant un choix peu indiqué pour réaliser cette pratique (il y a peu de boîtes de nuit et sa localisation excentrée implique de parcourir des distances importantes). Ils sont ainsi obligés de mobiliser leur capital économique (en prenant un taxi) pour compenser ce placement inadapté et les contraintes de la conduite. Cette façon de gérer les distances ne semble pas correspondre avec ce qu'ils attendent et apprécient d'une pratique touristique d'une métropole. La distance est le problème majeur pour leur manière d'habiter touristiquement Los Angeles. Ils l'expriment de façon pertinente à travers une comparaison avec la configuration de San Francisco, où ils sont passés quelques jours avant : deux heures de marche permettent à peine, selon leur estimation, de rejoindre Hollywood depuis Santa Monica quand, dans le même intervalle de temps, on peut traverser « tout » San Francisco. En calculant la durée de l'itinéraire sur *google maps*, s'il faut bien effectivement deux heures pour aller de *Twin Peaks* jusqu'à *Fisherman Wharf* (que l'on peut prendre comme limites sud et nord de l'espace touristique de San Francisco)²³⁵, ils sous-estiment la taille de Los Angeles et le temps nécessaire : il faudrait²³⁶ plutôt quatre heures pour parcourir à pied les 16 kilomètres séparant Santa Monica et Hollywood²³⁷. Le contraste est d'autant plus flagrant pour ces touristes que Los Angeles se différencie sensiblement des autres métropoles touristiques d'un point de vue urbanistique, architectural : lorsqu'on se déplace entre Santa Monica et Hollywood, on ne traverse pas un centre-ville composé de bâtiments historiques et de buildings comme on peut le faire à San Francisco ou à Paris entre les lieux que l'on a respectivement cités à l'instant, mais on emprunte (sur une quinzaine de kilomètres) des axes de circulation bordés de bâtiments bas à vocation uniquement commerciale (les zones résidentielles se situant sur les perpendiculaires de ces rues principales). Comme pour les touristes précédents, l'utilisation des métro-métriques n'est en tout cas pas d'actualité pour Joseph : s'ils ont bien repéré la présence d'un métro (ce qui dénote une capacité à comprendre rapidement un espace urbain, faculté que l'on peut considérer comme une expression de leur capital spatial), ils ne se sont pas intéressés à l'ampleur et la qualité du réseau. C'est en cela que l'on peut considérer l'utilisation de la métrique automobile comme relevant d'une certaine forme d'évidence pour la plupart des touristes. Il en est ainsi de même pour **Keredin** :

- Comment c'est de conduire ici ?
- C'est un peu bizarre, j'ai grillé un feu rouge, j'avais pas bien compris. Ici, si tu veux tourner à gauche, le feu rouge est dans l'autre intersection à gauche.

²³⁵ à titre de comparaison, le site internet indique qu'il faudrait 1h40 pour marcher du *Parc Montsouris* au *Sacré Cœur*.

²³⁶ Les différents temps indiqués, qui semblent correspondre à des estimations très basses (pour avoir pratiqué ces trois espaces) ne considèrent qu'une traversée sans arrêt, si l'on ne fait que marcher, sans prendre son temps, et non à une déambulation tranquille au sein de l'espace public avec l'objectif de le découvrir.

²³⁷ La taille de la métropole et les distances entre les différents lieux touristiques rend bien la métrique pédestre non pertinente pour l'appréhender dans son ensemble.

C'est seulement des 4 voies, mais ce n'est pas gênant, il faut s'y faire. Par contre j'ai conduit en Angleterre et là-bas c'était difficile.

- Et vous comptez prendre les transports en commun ?

- Beh, je pense pas parce qu'on a le van... Je pense qu'on va se déplacer avec le véhicule. On aurait pu le faire hier, puisque comme ils étaient dans les studios, on était à pied nous, donc on aurait pu le faire aussi.

- Ils sont allés comment à Universal Studios ? Parce qu'il y a un métro juste...

- Ben, c'est ce qu'il m'a dit, mais une fois qu'ils sont partis. Parce que si j'avais su, j'aurais gardé le van et ils seraient partis eux en métro, parce qu'apparemment c'est juste... le métro, c'est une station après le studio. Alors, que le van, il faut un tour apparemment pour monter. C'est beaucoup plus difficile...

- Et donc vous n'avez pas regardés forcément les métros qu'il y avait ou les transports en commun ?

- Non. Non, mais comme on avait le van, on n'a pas forcément cherché à savoir ... Non, je n'ai pas encore fait les métros... je ne sais pas où ils sont d'ailleurs !

- Mais qu'est-ce que tu préfères comme type de transport ?

- J'ai pas forcément de préférence, NY c'était bien aussi en métro (...) en même temps, dans le sud de la France, il n'y a pas le métro, donc j'utilise beaucoup la voiture et le scooter.

Contrairement à Joseph et ses amis, Keredin ne savait pas qu'il y avait un métro à Los Angeles et tout particulièrement à Hollywood. Cette faiblesse en termes de compétences cognitives les pénalise doublement: cela empêche à ceux qui sont allés à Universal Studio de choisir la métrique la plus efficace, depuis le walk of fame, pour cette pratique, tout en privant Keredin, qui n'a pas souhaité y aller, d'un moyen de transport (c'est aussi la faiblesse de son capital spatial qui s'exprime : sans véhicule, il se retrouve « coincé » sur le walk of fame et obligé à payer pour un tour en van touristique, plutôt que de prendre le métro ou un bus pour découvrir d'autres quartiers de Los Angeles (cf. chapitre 5). On retrouve un autre exemple de cette propension à la *mono-métrique* (les touristes prennent systématiquement leur voiture pour effectuer un déplacement, sans chercher à savoir s'il y a d'autres alternatives plus efficaces possibles) dans le discours de **Marc et Amélie** :

On était obligés d'avoir une voiture pour faire le trajet à l'intérieur des terres et on s'est dit que finalement on allait prendre la voiture aussi à LA si on a besoin de sortir, comme ça on peut être vraiment autonome pour le transport. (...) Il y a beaucoup de véhicules mais les gens ont l'air d'être assez tranquilles, ils ne sont pas trop stressés ni agressifs donc ça se passe bien. C'est juste que les distances sont longues, on n'est pas habitués aux indications, mais on a un GPS donc ça nous aide (...) C'est assez compliqué si on rate une sortie donc on essaye d'être assez attentifs. (...) Oui, c'est important un GPS, surtout à Los Angeles, car la circulation n'est pas évidente.

La conduite n'est pas évidente pour ces touristes suisses (de Lausanne et Genève) pour qui la métropole représente une altérité importante. Le choix de la métrique automobile ne relève pas d'un intérêt particulier pour l'utilisation de la voiture – ils ont au contraire déjà prévu de prendre

les transports en commun à San Francisco – mais d’une appréciation a priori de la configuration urbaine et d’une manière de faire avec les distances informée par l’ensemble du discours produit sur Los Angeles en matière de métriques (comme nous avons pu le dégager dans la première section de ce chapitre à travers l’analyse des guides). Cet extrait nous permet également de revenir sur l’importance, déjà évoquée plus haut du GPS. Il s’agit d’un équipement devenu rapidement indispensable²³⁸ pour habiter touristiquement Los Angeles et gérer les distances. Son importance est revenue de façon systématique dans les entretiens : **Jérémy** « sans gps, je ne sais pas comment on ferait », **Emeline** « with a GPS it’s easy but without I think we would have been lost » ou encore **Simone** qui utilise la voiture plutôt que les transports en commun « because it was too far to get everywhere » sans manquer juste ensuite de préciser que « as a tourist, get a GPS, because it’s too overwhelming ». Le caractère indispensable de cet outil se retrouve de façon exacerbée dans l’entretien avec **Jérôme** :

- Comment ça, vous aviez votre GPS à vous ?
- Oui.
- Pas celui qui était fourni... ?
- Non. Parce qu’avec le nombre de jours qu’on restait et le prix que c’était pour louer... C’était 200 dollars la location du GPS. Comme je devais de toute façon en acheter un pour ici, j’en ai pris un avec toutes les cartes du monde directement...
- 200 dollars le GPS ?!
- Ouai. C’est 17 dollars par jour, mais après c’est plafonné. Et nous on était plus haut que le plafond... mon beau-frère qui était parti l’année d’avant avait pris une voiture avec GPS, et il est tombé en panne après le 2ème jour, donc ils n’avaient plus rien, ils ont du en acheter un...

On peut avancer, dans une certaine mesure, que c’est le capital spatial faible de ce touriste qui l’incite, par crainte d’être sans aide à la navigation (plutôt que de considérer la faible probabilité de tomber sur un autre appareil défaillant), à donner une importance considérable à cet équipement²³⁹ et mettre en place une stratégie d’équipement, à travers un arbitrage économique, pour habiter touristiquement une métropole²⁴⁰. C’est aussi la faiblesse du capital spatial qui est à l’origine de ses difficultés à gérer la métrique automobile à Los Angeles :

« Il y avait la double ligne jaune au milieu. On n’a pas osé couper pour traverser... donc on s’est dit on allait faire le tour plus loin, puis on s’est retrouvé dans un gros carrefour, avec plein de voitures... on s’est arrêté sur une station service pour essayer de trouver une route. On a fait un grand tour... on est arrivé sur une pré-sélection où on était sur la mauvaise voie, et il y avait plein de voitures... ouai, c’était assez stressant ».

²³⁸ Outil qui facilite les déplacements et atténue la nécessité de disposer de compétences : se déplacer en voiture en tant que touriste à Los Angeles sans GPS devait être autrement plus compliqué (au point que les touristes actuels disent qu’ils ne pourraient pas se déplacer sans).

²³⁹ Dont on peut relever au passage le coût relativement élevé. Les agences de location proposent comme une option payante cet équipement devenu indispensable : la location de voiture aux visiteurs semble être un système économique important et très lucratif à Los Angeles.

²⁴⁰ Peut-être à ce titre peut-on faire l’hypothèse que la dimension stratégique – planifiée – de la pratique touristique est d’autant plus forte et importante que le capital spatial est faible.

La conduite au sein de cette métropole est source de contrariétés pour ce touriste : la configuration spatiale (l'étalement important) et l'urbanité métropolitaine (traduite ici par une densité considérable de voitures) de cette dernière représentent une altérité qui n'est pas évidente à gérer pour lui. Son placement s'inscrit d'ailleurs dans une logique de proximité lui permettant de limiter au maximum l'utilisation et les distances parcourues en voiture pour accéder aux lieux de ses pratiques. Lors de ses deux séjours à Los Angeles, il n'utilise plus la voiture une fois arrivé à l'hôtel mais recourt à la métrique pédestre, que ce soit pour visiter Santa Monica et la plage ou Hollywood :

- Pour finir, on n'a pas touché la voiture... Hollywood Boulevard on a été à pied. Hollywood Bowl... on a été à pied aussi. Et puis, pour Universal Studios on a été en métro.
- Ah oui ?
- On a demandé des renseignements à la réceptionniste. On devait se rendre à Universal Studio, et le soir à Hollywood Bowl, et on a demandé si c'était mieux de prendre la voiture ou s'il y avait des transports en commun... après, avec ma tablette, elle m'a montré où étaient les métros... elle nous a conseillé d'aller jusqu'en métro au studio, on ne s'embêtait pas à parker... prendre l'autoroute et tout...
- Vous n'étiez pas au courant qu'il y avait un métro à proximité ? Avant de venir...
- En fait, j'avais déjà acheté à l'avance les billets pour le studio, et j'avais prit l'option avec parking. Donc j'avais déjà payé le parking. Puis, même avec ça, on s'est dit on s'embête moins à prendre le métro... et pour finir ce n'était pas cher du tout... 2-3 dollars. Après, on est arrivés direct au studio.

Ce touriste préfère ainsi perdre de l'argent et prendre les transports en commun plutôt que d'utiliser sa voiture. C'est un arbitrage que l'on peut interpréter comme le reflet de compétences techniques (une difficulté à conduire à Los Angeles) et cognitives (il n'aurait pas payé l'option parking en connaissant avant la possibilité d'accéder rapidement à Universal Studio depuis le walk of fame par le métro) faibles – cette carence étant la conséquence notamment d'un capital spatial lui aussi faible –, tout autant que par l'acceptation du discours produit et réactualisé en permanence sur les métriques de cette métropole, et sur le caractère nécessaire de la location d'une voiture quand on est touriste à Los Angeles²⁴¹.

²⁴¹ Cela tient aussi du fait que le séjour à Los Angeles s'inscrit dans un tour de la Californie qui nécessite une voiture.

Almorena et **Alberto**, sont dans une situation proche de celle de Jérôme. Eux aussi ont loué une voiture à Los Angeles, « because we needed a car to go to the airport and we didn't know at the beginning how to move here ». Cette façon de faire résulte donc à la fois explicitement d'une carence en termes de compétences cognitives – ils ne savaient pas comment se déplacer (autrement qu'en voiture) à Los Angeles en arrivant sur place – mais également, on peut en faire l'hypothèse, de l'assimilation du discours sur la nécessité de la métrique automobile au sein de cette métropole. Ils l'utilisent cependant le moins possible parce que c'est, de leur point de vue, compliqué de conduire à Los Angeles – « *it's very different from Spain, at the beginning it was difficult. But more or less we are being used to it* » – et plus encore de se garer – « *That's why we don't use the car so much. Because we don't find a place to park and it's very expensive. Sometimes it's better to take the subway or the bus* » –. Leur capital spatial (moyen) leur permet de compenser la faiblesse de cette capacité technique et d'effectuer un arbitrage économique – « *(we use subway) because it's cheaper, we are trying to save money* » – : ils mobilisent les métriques offertes par l'urbanité de Los Angeles en évaluant celles qui sont les plus adéquates pour accéder aux lieux de leurs pratiques : ils prennent ainsi (leur cheminement a été reproduit dans le chapitre 5) le métro pour aller à *Universal Studios* et au *Dodger Stadium*, le bus pour se rendre à *Rodeo Drive* et la voiture pour aller au *Griffith Observatory* et au *Farmers Market*. Cette diversité des métriques utilisées atteste d'une maîtrise des métriques urbaines tout en soulignant la capacité d'adaptation de ces touristes à la configuration spatiale de la métropole. Cette façon de gérer les distances est rendue possible par leur placement, choisi par rapport à sa proximité, « à distance de marche », du *Walk of Fame*, et à partir duquel ils organisent leur cheminement à Los Angeles : ils visitent lors de leur premier séjour seulement les lieux proches d'Hollywood, sans se déplacer jusqu'à Santa Monica, qu'ils ont choisi comme emplacement lors de leur deuxième séjour à Los Angeles, à la fin de leur circuit californien. C'est une situation similaire que celle de **George**, un américain d'une quarantaine d'années, voyageant avec sa compagne, déjà venu à Los Angeles « une ou deux fois » il y a 20 ans et qui reste à Los Angeles cette fois-ci pour un jour (en ayant un hôtel à Venice Beach) :

« We're from Washington. I don't want to drive into the traffic so we decided to take the bus from Venice to Hollywood. (...) in Washington if you get on the freeway if you take the wrong exit it's not a problem, but here you have to drive a lot to get back where you have to go. It's very confusing. »

Pour ce touriste, au capital spatial moyen, conduire à Los Angeles est trop compliqué (appréciation sans doute issue de ses lointaines expériences précédentes), il ne s'estime pas *capable* d'utiliser la voiture dans une agglomération de cette taille :

« Yes. It's not easier (to move around) if you're not used of the area. (...) In the area where I live it's more residential and industrial. (...) It's very diversified here, a big cultural background ».

²⁴² L'intérêt d'utiliser dans ce cas précis le terme métro-métriques (Dumont, 2008) est qu'il permet de travailler sur les manières de gérer les distances des touristes qui n'ont pas de voitures alors que l'on a exclu la possibilité de relier les différents lieux touristiques par la marche (que l'on peut faire correspondre alors à la métrique pédestre stricto-sensu).

La configuration spatiale de Los Angeles lui pose problème parce qu'il n'en a pas l'habitude au quotidien. Le différentiel d'urbanité intervient dans la façon de faire avec les distances de ce touriste, à la fois en tant que contrainte (la densité et la complexité des axes de circulation) mais également en tant que ressource (l'urbanité de Los Angeles implique un système de transport en commun parmi les plus développés des Etats-Unis), lui permettant d'effectuer un arbitrage en faveur des métro-métriques plus faciles à utiliser de son point de vue que la métrique automobile.

Les trois cas dernièrement présentés (ceux de Jérôme, de George et d'Almorena/Alberto) sont rares : en très grande majorité les touristes s'en tiennent à une seule métrique pour habiter touristiquement Los Angeles, et réaliser leurs pratiques. Nous avons pu le constater pour ceux utilisant une voiture²⁴³, et nous le retrouvons aussi pour les touristes se déplaçant en transports en commun. Parmi eux, on pourrait tout d'abord distinguer celles et ceux qui n'ont pas le choix en matière de métriques, pour qui l'utilisation des transports en commun est imposée en quelque sorte, une solution par défaut : par exemple pour les touristes n'ayant pas le permis ou trop jeunes pour louer une voiture. C'est le cas pour **Carla et Joannie**, deux canadiennes de 20 ans, (l'une a le permis de conduire mais est trop jeune pour louer une voiture aux Etats-Unis) :

- A quel endroit de LA êtes-vous allées ?
- A Westwood, Hollywood, on vient de faire le tour de Beverly Hills et du Hollywood sign, on reste près d'Hollywood car l'hôtel est ici. On est allées à Venice Beach hier, et faire du shopping.
- Est-ce que vous êtes allées à Downtown ?
- Non, c'est dangereux. On n'a pas beaucoup de temps et notre hôtel est loin. On part demain matin.
- Vous restez dans le coin ?
- Pas toujours non plus, mais on n'a pas de voiture. On a pris le bus pour aller à Venice.
- Quelle est l'expérience du bus que vous avez eue ?
- Bizarre, car il y a plein de gens bizarres. L'ambiance dans le bus n'est pas la même qu'à Montréal. Quand on arrive à l'arrêt, on ne sait pas quand il va passer. Mais il y a l'air climatisé. C'était long par contre pour revenir de Venice, on a mis 1h30, il y avait de la circulation. (...) Mais vu qu'on est en vacances, on va à l'arrêt et on attend. Ça nous dérange pas d'attendre un peu, on a le temps.
- Et vous avez pris le taxi aussi ?
- Oui, pour aller de l'aéroport à notre premier hôtel, de notre hôtel à la gare... on prend le taxi quand on a nos valises, ou quand ce sont de plus longues distances. Tout le long du voyage on était 3 donc le prix divisé par 3 ce n'était pas trop cher. A Montréal je ne prends pas le taxi donc je ne peux pas trop comparer, mais j'ai trouvé que c'était abordable.

Il ressort explicitement de cet extrait une pratique anxieuse de l'espace public par ces deux jeunes touristes : elles indiquent rester « près d'Hollywood » (même si elles vont jusqu'à Venice Beach) et ne pas aller à Downtown « parce que c'est dangereux » (jugement fondé sur la réputation

²⁴³ Même si l'on peut considérer le bus/van touristique, d'ailleurs utilisé par George et Almorena/Alberto, comme un véritable transport en commun privé spécifiquement touristique (le chapitre 9 est consacré à cette problématique).

résultant du discours produit sur le lieu). C'est la faiblesse de leur capital spatial (c'est la première fois qu'elles voyagent seules) qui est à l'origine de cette manière restrictive d'habiter touristiquement Los Angeles. C'est aussi ce bas niveau de capital spatial qui détermine leurs façons de gérer les distances, ainsi que leurs appréciations sur ces dernières. Si elles indiquent que ça ne leur pose pas de problème de se déplacer en bus, ni pour se repérer à Los Angeles (cette capacité tient sans doute de leur habitude à utiliser de mode de transport) elles utilisent néanmoins aussi les taxis pour leurs déplacements : elles mobilisent leur capital économique pour compenser un capital spatial qui rend délicat la gestion de l'altérité inhérente aux transports en commun : la proximité avec les autres usagers des bus de Los Angeles (comme il est possible de l'observer en les pratiquant, une grande partie des utilisateurs des bus est une population pauvre, n'ayant pas les moyens d'avoir une voiture) se transforme en promiscuité pour ces touristes. On retrouve une façon de faire avec de l'espace²⁴⁴ et de gérer les distances similaire avec **Sujin**, même si elle semble encore moins à l'aise que les deux touristes précédentes avec les transports en commun. Elle donne ainsi une réponse explicite à ma question de savoir si c'est facile pour elle de se déplacer en bus : « No. Before I take a bus, I searched a lot on the internet, I saw all the maps and rides ». On peut faire l'hypothèse que cette difficulté est due à la fois l'altérité du lieu et au faible capital spatial de cette sud-coréenne d'une vingtaine d'années, alimentant un rapport que l'on pourrait presque qualifier de craintif avec l'espace public : elle préfère prendre le taxi avec d'autres filles coréennes rencontrées dans son auberge plutôt que de prendre le métro pour aller à Universal Studios (qui se situe à une station du walk of fame). Le fait de ne pas disposer des compétences pour maîtriser les métro-métriques devient pénalisant et l'empêche d'effectuer toutes les pratiques qu'elle souhaitait effectuer à Los Angeles : « I wanted visit Getty Center but it was too far to get there from my hostel. I just used public transportation so it was hard to get there. I couldn't go ». C'est la distance, et plus encore son incapacité à la gérer (c'était trop compliqué pour elle d'y aller en transports en commun et le coût du taxi sans doute trop élevé), qui est une contrainte pour Sujin, et limite sa manière d'habiter touristiquement Los Angeles. Dans ces deux cas, on constate que l'utilisation des transports en commun, est subie, presque désagréable et pénalisante parce que les touristes ont un capital spatial faible et ne disposent pas des compétences pour faire avec cette métro-métrie. Pour d'autres, le fait de ne pas louer une voiture n'est pas dû à une impossibilité légale, mais parce que la dimension économique a été déterminante dans l'arbitrage effectué en matière de métrique. C'est par exemple le cas pour **Kerry** (le backpacker sud-africain). L'utilisation des transports en commun est une question de budget mais n'est pas un inconvénient pour ce touriste, en tout cas comme il l'exprime clairement quand je lui pose la même question qu'à Sujin, de savoir si c'est facile de se déplacer par ce moyen :

« Yes, very easy. In South Africa public transport is horrible, so here it is very good (...) I have a car there, everyone drives (...) There is not public transportation inside Johannesburg, you have to take a taxi but even taxis are different. And it is not as safe in Johannesburg as it is here (...) ».

Même s'il ne semble pas avoir l'habitude d'utiliser les métro-métriques à Johannesburg, ce touriste rend leur utilisation efficace et efficiente grâce à son capital spatial élevé. Ce capital spatial (qui se révèle ici par une habitude à faire avec une métropole à l'urbanité faible et violente)

²⁴⁴ La dimension genrée, n'est évidemment pas absente de cette façon d'habiter touristiquement Los Angeles.

lui permet d'avoir une appréciation positive de l'espace public : les lieux considérés comme dangereux par les touristes précédentes deviennent « sûrs » du point de vue de Kerry. Aussi, planifier et effectuer un aller-retour entre Santa Monica (où est son auberge de jeunesse – cf. chapitre 5) et Disneyland en une journée n'est pas un problème pour lui : « I'm taking a bus, it's really long like 3 hours but it's not a problem for me (...) Well, I have time, I can listen to music and call people ». Le fait de ne pas louer de voiture peut également correspondre à un projet de récréation. C'est ce qu'affirme par exemple **Cathy**, qui réside au cœur de Brisbane « because it's more convenient to go out, it's central », une localisation qui ne l'empêche pas de conduire systématiquement :

- We don't wanna drive because we drive a lot in Australia.
- What is your experience about public transportation in LA ?
- It's good. We went to Santa Monica today with the train and the bus and it was good.
- How do you go to Disneyland ?
- It's an organize tour, with a shuttle. It picks ourselves at the hotel.
- To come here from the airport, you take a shuttle ?
- Yes.
- Spend a lot of time is not a problem for you ?
- No, because we are in holiday !

L'aspect « déroutinisant » est ainsi au cœur de la justification de l'utilisation des transports en commun. Cependant, on peut faire l'hypothèse que la circulation inversée par rapport à l'Australie est également un facteur intervenant dans ce choix : il s'agirait alors d'une certaine forme d'« incompétence », dans la mesure où cette touriste (au capital spatial moyen) ne se sentirait pas *capable* d'effectuer un tel changement. Les transports en commun correspondent en tout cas au mode de déplacement le plus facile et le plus reposant. Et l'on peut remarquer, comme pour Kerry et à l'inverse des deux premiers exemples, qu'il y a, au moins dans le discours affiché, un encodage particulier du temps que l'on peut passer dans les transports en commun : pour eux, ce n'est pas dérangeant, puisqu'ils ont le temps, ils sont en vacances (cela ne va pas de soi, au contraire : il n'y a personne de plus pressé qu'un touriste). Ce qui serait envisagé dans la sphère du quotidien comme un signe négatif et problématique, l'est beaucoup moins dans une situation touristique. Inversement, le fait que perdre du temps ne soit pas un problème confirme l'idée qu'une certaine partie des touristes développent une pratique extensive de Los Angeles : ils ne se « pressent » pas pour voir un maximum de choses. Cette envie certaine de distanciation par rapport à une pratique du quotidien est explicite également dans le cas de **Pierre et Fabienne**, qui considèrent que les transports en commun représentent le meilleur moyen de découvrir la métropole, de voir les résidents, de connaître les différents quartiers :

- Vous allez louer une voiture à partir de demain donc ?
- Oui, on reste la semaine à LA sans voiture. On peut tout faire avec les moyens de transport locaux sans problèmes. C'est une contrainte en moins. On roule en voiture toute l'année, on en a ras le bol des embouteillages. A San Francisco, on va faire sans voiture. Je n'aimerais pas me retrouver dans la circulation ici. Le métro va très vite. C'est le bus qui va lentement.

- Et en termes d'horaires, ce n'est pas contraignant de prendre les transports en commun ?
- Non, c'est bien desservi, on attend 5 minutes maximum.
- Et à Liège, vous utilisez aussi une voiture ?
- Oui, mais maintenant on en a un peu marre et on a pris un appart à Bruxelles tout près de notre lieu de travail. On veut éviter de perdre du temps dans les bouchons.
- Que pensez-vous des transports à LA ?
- Très bien. Propres, il y en a beaucoup, il y a l'air conditionné, bon marché.
- Vous avez une carte ?
- Une carte semaine. On l'a découvert ici. C'est vraiment intéressant. On a fait toutes les banlieues gratuitement.
- Pour vous déplacer dans LA, c'est facile ?
- Oui, c'est très clair. Avec une simple carte, on se déplace facilement. On ne voudrait surtout pas avoir de voiture.
- Par rapport aux distances ?
- On a un guide qui nous donne les infos sur les distances. Il nous donne les distances en voiture et en métro.
- Est-ce que c'est un problème ?
- Non, car c'est une découverte. On voit l'habitat des gens, les zones industrielles, on voit le vrai LA.
- C'est votre volonté de voir ça ?
- Oui. On voit les passagers, leur style de vie.
- (...)
- Vous avez fait tout ça à pied ?
- Oui. On a pris la Blue line. On a traversé South central et les quartiers défavorisés. De jour il n'y a jamais de crainte mais on n'irait pas le soir. Là bas on a demandé le chemin et on a suivi un groupe d'écoliers qui allaient à la plage. On est revenus en bus.

S'ils ne comptaient louer une voiture que pour faire le circuit, mais pas pour leurs séjours à Los Angeles et San Francisco, c'est aussi parce que l'utilisation de cette métrique s'inscrit dans un objectif de faire l'expérience de l'altérité. Et malgré la taille et la configuration de la métropole, radicalement différente de leur espace du quotidien, leur capital spatial élevé leur permet d'utiliser les transports en commun pour se déplacer dans les différents quartiers à Los Angeles. De même, le fait d'être dans une situation de recreation implique pour eux aussi une autre appréciation de la gestion du temps : les embouteillages, considérés comme un véritable désagrément dans leur quotidien, au point de les pousser à prendre un appartement à proximité de leur lieu de travail, ne constitue plus un problème à Los Angeles, mais permet au contraire de découvrir la société locale. La métro-métrique est ici utilisée à dessein, se place au cœur du projet touristique, en est un élément important. Ce couple de touristes effectuent un découpage manichéen en termes de métriques : les transports en commun sont plébiscités pour leurs séjours dans les configurations qui le permettent, c'est-à-dire les espaces les plus urbains, métropolitains, tandis que la métrique automobile est réservée pour les déplacements au sein d'espaces à faible densité. On peut les intégrer dans cette catégorie de touristes qui ont – ou ont eu, ou vont avoir – une voiture à Los Angeles, mais qui ne l'utilisent pas parce qu'ils estiment que l'urbanité de Los Angeles leur

garantit suffisamment de possibilités pour gérer les distances entre les différents lieux touristiques par les métré-métriques. C'est aussi ce qui ressort de l'entretien avec **Jan** :

- So you have a car ?
- Not anymore. We left it yesterday.
- Why ?
- Because *here you can travel with the subway*, it's cheap. If you have a car you have to pay the parking, it costs money.
- But the distances between 2 points are not too long ?
- We come from downtown LA so it's 15 minutes, it's ok.
- So, the distances are not a problem for you ?
- No, but it's a big city, so you cannot walk to Venice Beach, it's impossible. Unless we miss the plane tomorrow.

Si ces touristes hollandais utilisent les transports en commun pour se déplacer à Los Angeles, cela n'est donc pas parce qu'ils ne s'estiment pas en mesure de conduire une voiture (ce qui relèverait de l'absence de compétence), ni parce qu'ils n'en n'auraient pas les moyens financiers (puisqu'ils ont fait un tour de la Californie en voiture), mais parce que cela leur semble tout à la fois plus efficace et moins onéreux²⁴⁵. Leur capital spatial leur permet de procéder à une juste évaluation de la taille de l'agglomération – on ne peut pas marcher jusqu'à Venice Beach : la métrique pédestre n'est pas envisageable pour aller d'un lieu touristique à un autre – afin de choisir la métrique qui leur semble la plus appropriée pour habiter touristiquement Los Angeles en valorisant et en exploitant au maximum son urbanité – c'est ce qu'ils entendent en affirmant qu'*ici* (sous entendu pas ailleurs, pas n'importe où), on peut se déplacer (tout aussi efficacement et à moindre coût) avec le métro –.

8.3. Conclusion

Le discours des guides par rapport à cette épreuve qu'est la gestion des distances consiste en un plaidoyer pour la métrique automobile. De façon correspondante, il est possible de postuler qu'il y a un plébiscite de cette métrique par les touristes : une grande majorité d'entre eux utilisent cette métrique. Pour ceux utilisant les métré-métriques, ce choix résulte moins, si l'on considère les discours de justification, d'une incapacité à conduire à Los Angeles que d'un arbitrage effectué par rapport à des considérations économiques, au projet récréatif et aux possibilités légales. Dans les deux cas on peut avancer l'idée que, à de rares exceptions près, les touristes gèrent les distances selon une logique « mono-métrique ». Cela signifie que, dans leur grande majorité, les touristes ne font pas appel aux différentes métriques disponibles mais se tiennent, quelle que soient les pratiques, à celles choisies initialement. De façon plus explicite, il semble par exemple que les touristes possédant une voiture à Los Angeles ne vont pas utiliser les transports en commun, même si cela est plus facile et moins coûteux. On peut également défendre l'idée qu'il n'y a pas d'avantage comparatif – en terme d'efficacité pour habiter touristiquement Los Angeles – d'une métrique par rapport à l'autre, et que la distinction entre les deux s'effectue à

²⁴⁵ Un arbitrage qui se situe donc à l'opposé de celui décidé par Valentine et Ludovic et rapporté plus haut.

partir d'un arbitrage entre ressources financières et temporelles, selon une dialectique chiasmatisque : « gain d'argent/perte de temps » pour les transports en commun, « gain de temps/perte d'argent » pour la voiture. Les différents lieux (considérés comme) touristiques de Los Angeles sont accessibles par les deux types de métriques et, à durée de séjour égale, les touristes qui ont une voiture ne pratiquent pas plus de lieux que ceux qui utilisent les transports en commun. Chaque métrique disposant de ses avantages et inconvénients, nous avons pu constater que l'enjeu principal se situait avant tout dans leurs « modalités d'exploitation » par les individus : le capital spatial et les compétences de ces derniers interviennent puissamment dans l'utilisation et la valorisation des avantages de ces deux modes de transport. Les métro-métriques ne sont pas pénalisantes si le touriste dispose d'un capital spatial suffisamment élevé et/ou des compétences pour les maîtriser et tirer profit de leurs caractéristiques. Il en est de même pour la métrique automobile, dont l'épreuve ne se résume pas à la location d'un véhicule, mais à la prise en compte et à la maîtrise d'un ensemble de codes, de règlements, de normes qui sont autant d'engagements nécessitant la mobilisation de compétences et d'équipement, le GPS étant un outil indispensable, mais non suffisant (conduire à Los Angeles ne va pas sans difficulté pour celui qui n'a pas l'habitude d'utiliser cette métrique) pour l'ensemble des touristes.

Compétences et épreuves spatiales au prisme des bus touristiques.

Les différentes épreuves spatiales ont été envisagées distinctement lors des précédents chapitres. Non pas qu'elles ne soient pas liées – nous avons au contraire pu constater les différentes interrelations qui existent entre elles –, mais pour répondre à un souci de compréhension, pour faciliter l'analyse et essayer de dégager les compétences mobilisées par les individus pour les gérer. On peut maintenant essayer d'en proposer une lecture permettant de comprendre comment elles s'imbriquent et interviennent au sein d'un même phénomène sociétal. Pour cela, le choix s'est porté sur la question des bus touristiques²⁴⁶, dispositif spécifiquement touristique, destiné au *sightseeing*, à la découverte de l'espace urbain, devenu un équipement indispensable, générique (on le retrouve systématiquement), des métropoles touristiques. S'interroger à ce sujet ne revient donc pas à s'enfermer dans une spécificité de Los Angeles mais à rendre possible une mise en perspective avec d'autres situations et s'interroger sur des logiques plus générales. On peut toutefois postuler que ce phénomène est particulièrement développé à Los Angeles²⁴⁷ : plus que l'ampleur considérable du phénomène (qui témoigne du succès de cette pratique), c'est sa manifestation ostensible, que l'on observe rapidement en enquêtant sur place, qui interpelle²⁴⁸ tout à la fois les touristes (c'est un phénomène qu'ils ne peuvent pas ignorer, nous envisagerons ce point au cours de la réflexion) mais aussi le chercheur, imposant à ce dernier de le considérer pour en comprendre les ressorts et la manière dont il s'insère au sein des pratiques touristiques.

Cela constitue une entrée importante par rapport à notre problématique de comprendre les manières dont les touristes font avec de l'espace : les individus et leurs pratiques sont au cœur de ce système. Deux principales questions doivent guider notre investigation ici : comment cela s'inscrit dans la manière d'habiter touristiquement cette métropole ? En quoi cela nous renseigne sur les compétences des individus ? Plus qu'un simple gadget, un accessoire superficiel, je propose l'hypothèse qu'il s'agit d'une véritable technologie spatiale permettant aux touristes qui y

²⁴⁶ L'utilisation de l'expression « bus touristique » relève ici d'une facilité de langage, puisque certains véhicules envisagés ne sont pas des bus à proprement parler comme nous allons le constater ci-dessous. L'appellation « transports collectifs touristiques » serait sans doute plus adéquate pour englober les différentes modalités de tours.

²⁴⁷ 134 compagnies de tours (chiffre incluant des réalités bien diverses, des nombreuses petites sociétés disposant de quelques véhicules aux quelques compagnies possédant des dizaines de bus) sont recensées dans le comté de Los Angeles selon la *State's Public Utilities Commission* et repris par l'article du Los Angeles Times disponible à l'adresse suivante : <http://articles.latimes.com/2011/mar/05/business/la-fi-0305-tourbus-noise-20110305>

²⁴⁸ C'est d'ailleurs le constat de cette situation inhabituelle qui a été à l'origine du choix de travailler sur cette question.

ont recours ²⁴⁹ d'habiter touristiquement Los Angeles. Il s'agirait d'un médiateur pour appréhender les épreuves spatiales et compenser un capital spatial et/ou des compétences faibles.

La réflexion suivante va se focaliser sur les deux ²⁵⁰ principales et plus remarquables – notamment par le nombre de touristes visiblement concernés – modalités de tours guidés : ceux proposés par les bus touristiques « classiques », et ceux qu'on appellera ici les vans touristiques, spécifiques à Los Angeles. Les deux dernières sections de ce chapitre serviront à présenter ces modalités, montrer leurs différences (leurs objectifs respectifs sont a priori sensiblement différents) et éventuellement leurs similitudes, et comprendre comment leur utilisation par les touristes relève du niveau de capital spatial et de compétences techniques et cognitives de ces derniers. Avant cela, la première section permet de développer la contextualisation du problème à partir de logiques communes aux différents circuits.

9.1. Les épreuves communes aux circuits

Bien que les circuits se distinguent particulièrement, il est possible de constater des points communs dans leurs logiques. Ainsi, les épreuves de placement et de cheminement, telles qu'elles sont traitées par les promoteurs, sont au cœur du système.

9.1.1. Une question de placement

Le point de départ de l'ensemble des tours se situe sur le **Walk of Fame**, entre *La Brea Ave* à l'ouest et *Vine* à l'est. En soi, cela correspond à un indicateur supplémentaire du degré de touristicité très élevé de ce lieu, de son poids dans la dimension touristique de l'agglomération. Ce n'est pas un hasard si les compagnies de tour sont ici et pas ailleurs : tous les touristes passent par Hollywood. Sur moins d'un kilomètre, Ce n'est pas moins d'une vingtaine de compagnies, proposant aux touristes de faire une visite guidée, que l'on peut recenser sur cette partie du boulevard. Il n'y a que sur cette partie du Hollywood Boulevard où le touriste est confronté à une telle situation : on ne retrouve cette configuration dans aucun autre quartier de Los Angeles, ni dans aucune autre métropole. La concurrence est donc âpre entre ces opérateurs, même si des collaborations existent à partir des affinités individuelles ²⁵¹. La « lutte des places » doit presque s'entendre au sens propre ici (on m'a rapporté des rixes entre membres de compagnies différentes), tout du moins une tension certaine entre les différentes compagnies ²⁵². Cette

²⁴⁹ Je n'ai pas trouvé de statistiques sur le nombre d'utilisateurs, et si l'ampleur exacte du phénomène n'est pas la question qui nous préoccupe ici, une évaluation personnelle du volume possible permet d'estimer que le nombre de touristes effectuant ces tours est compris entre 1,5 millions et 3 millions chaque année.

²⁵⁰ Avec un éclairage rapide sur une troisième, plus confidentielle mais tout aussi illustrative de l'utilisation de ce dispositif pour faire avec les épreuves spatiales.

²⁵¹ Une compagnie pouvant par exemple demander à une autre de prendre en charge un (groupe de) touriste(s) si elle ne peut pas le prendre en charge comme prévu (notamment si la personne a acheté un billet pour un tour à un horaire où il n'y a personne d'autre) et donc "sous-traiter" le tour.

²⁵² Le fonctionnement relativement désordonné de ce système est d'ailleurs confirmé par un projet de régulation (qui n'était qu'au stade de l'ébauche lors de mon dernier terrain) de cette économie par les autorités locales.

situation peut d'ailleurs amener ces dernières à profiter et jouer de la « topographie » de l'espace urbain en aménageant un placement « fortifié », protégé²⁵³ (cf. photographie n°18). Pour autant, il y a une stabilité certaine et l'on retrouve chaque compagnie au même endroit d'un jour à l'autre, l'emplacement étant loué au commerçant pour un coût plus ou moins important : Joseph²⁵⁴, m'indiquait devoir payer 3 000 dollars par mois²⁵⁵. Malgré ce tarif important, il remarquait que ce placement était « pourri » (pour reprendre exactement son qualificatif) car se situant à l'extrémité Est (au croisement avec Vine) du Walk of Fame : la concentration des touristes y est beaucoup moins importante du fait du relatif éloignement par rapport aux principales « attractions » du lieu (situées à l'extrémité Ouest), un nombre conséquent de touristes ne se promenant pas jusqu'à cette extrémité du boulevard²⁵⁶.

**Photographie n°18 :
L'emplacement « fortifié » d'une compagnie**



²⁵³ Il s'agit quand même d'une situation atypique : la plupart des compagnies ont leur "stand" à même le trottoir, dans l'embrasement d'une boutique (les compagnies payant, sans doute moins que le cas évoqué, pour ce placement).

²⁵⁴ Le manager de la compagnie qui a aimablement accepté ma présence et apporté son aide dans ma quête d'interviews

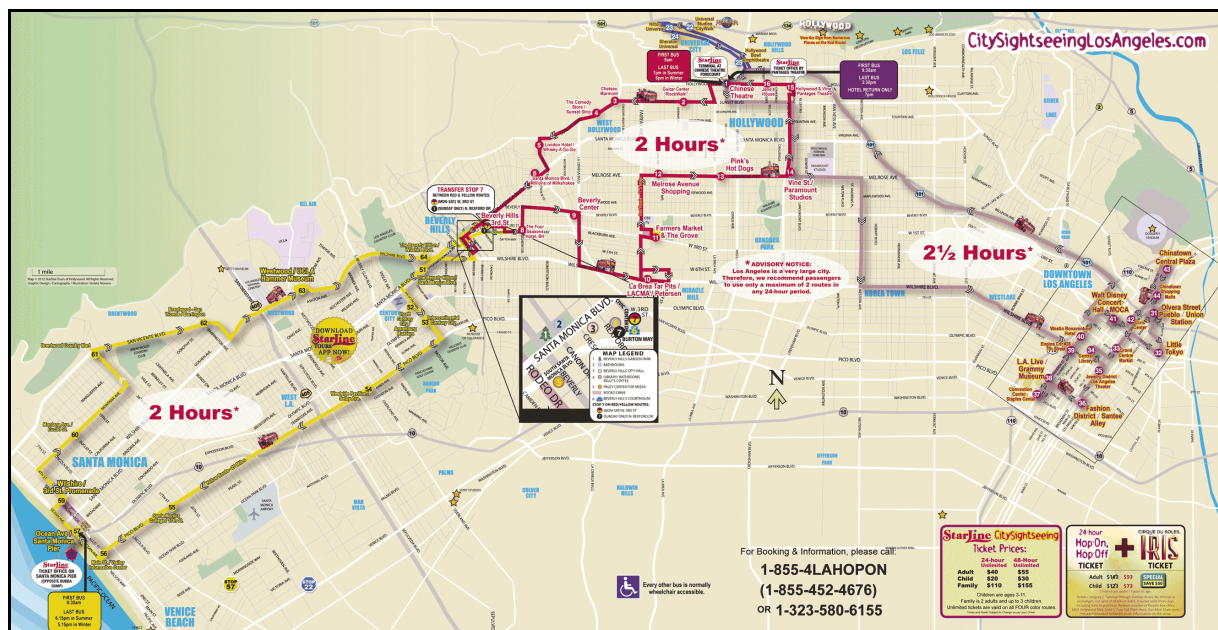
²⁵⁵ Le grillage qui borde son emplacement peut-être considéré d'ailleurs comme le symbole – tout aussi involontaire (le grillage sert pour le parking) qu'exceptionnel (les autres compagnies ont leur stands "à même" le trottoir) – de cette lutte des places entre les opérateurs.

²⁵⁶ La plupart des touristes (comme j'ai pu le constater à travers mes observations et les entretiens) ne font pas l'ensemble du walk of fame. Si je n'ai pas demandé systématiquement aux touristes qui m'accordaient un entretien la localisation de leur parking, on peut estimer que celui-ci se trouvait à proximité du lieu d'enquête pour la plupart des cas.

9.1.2. Un parcours qui délimite l'espace touristique

Quelle que soit la modalité des trois tours envisagés, on peut remarquer que les épreuves spatiales de *délimitation* et de *cheminement* sont au cœur du système des visites guidées par les bus et vans touristiques. Le choix d'une avenue au détriment d'une autre consiste en une sélection cruciale : en définissant un parcours pré-établi à travers la ville, ils indiquent d'une certaine façon aux touristes que « ce qui est intéressant à voir » est *là* et *pas ailleurs*. Les touristes s'en remettraient alors aux opérateurs pour les guider à travers les lieux les plus remarquables, sans toutefois qu'il s'agisse d'une confiance aveugle : un trop grand décalage entre le tour effectué et les attentes des utilisateurs nuirait sans doute au succès commercial de l'entreprise. On constate en tout cas que les bus touristiques ne font pas le « tour de la ville » mais de seulement une (relativement petite) portion de l'aire urbaine, autour du *westside* (cf. illustration n°62). Cette opération de délimitation nous renseigne sur les lieux que les promoteurs veulent désigner comme attraction, et de ce fait nous donne une autre illustration de l'espace touristique de Los Angeles.

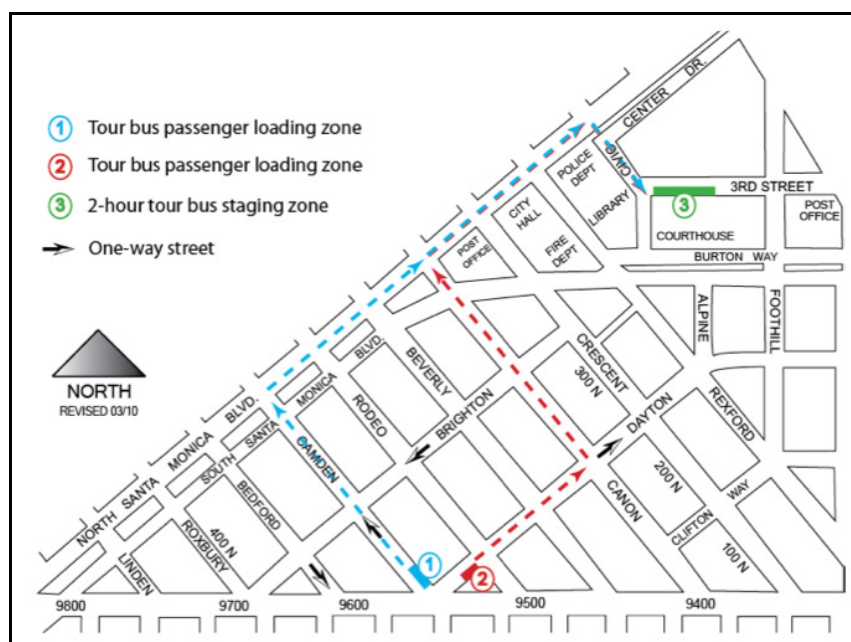
Illustration n°62 :
Parcours des bus touristiques de la compagnie *Starline*



Source : www.starlinetours.com/

Remarquons également que le tracé ainsi défini correspond à ce que l'on pouvait attendre, par rapport aux précédentes représentations que l'on a pu établir de l'espace touristique de Los Angeles, et rend particulièrement visible le fait que ce dernier fonctionne de manière réticulaire, avec des étapes, des nœuds. Les circuits des *vans* touristiques répondent à une logique similaire, bien que reposant sur un fonctionnement plus flexible : les axes de circulation empruntés par le tour, s'ils ne sont pas aussi précisément définis que pour les bus « hop on/hop off » (le conducteur, qui en a la responsabilité, peut varier légèrement le parcours en fonction par exemple des conditions de circulation), sont malgré tout d'une remarquable régularité, afin de ne pas devoir changer le commentaire prévu.

**Illustration n°63 :
Plan des zones d'attentes des bus touristiques à Beverly Hills**



Source : www.beverlyhills.org/search/website/?Q=tour+bus

Il faut d'autre part constater que les opérateurs sont parfois confrontés à des réglementations par rapport à leur parcours, et sont alors obligés de soumettre le tracé du circuit à certaines restrictions. C'est notamment le cas à Beverly Hills, lieu où s'effectue le transfert entre le « circuit jaune » (la zone de Santa Monica) et le « circuit rouge » (zone Hollywood). Celui-ci ne se réalise pas n'importe où mais dans une rue annexe, « à l'écart des regards », en situation *backstage* par rapport aux rues emblématiques de la municipalité. Ces dispositions législatives²⁵⁷ sont ainsi formalisées dans le règlement d'urbanisme comme on peut le constater sur le plan (illustration n°63). Malgré les réglementations, ces circuits peuvent poser problème et provoquer un conflit d'usage de l'espace public, en tout cas de la voirie : des associations de résidents de Beverly Hills et de Hollywood (Beachwood Drive) se plaignent du bruit occasionné par la fréquence du passage des bus touristiques (« On weekends, it's every 10 minutes » témoigne exaspéré, dans un article – mars 2011 – du Los Angeles Times²⁵⁸, un résident d'une rue régulièrement empruntée).

9.1.3. Conclusion

Nous avons ainsi dans cette première section pu dégager rapidement – cela n'est pas le cœur du propos, mais une contextualisation – les logiques au fondement de ce système des circuits. On peut considérer qu'ils impliquent, de façon commune à toutes les modalités, de faire avec les épreuves spatiales de l'emplacement et du cheminement de la part des promoteurs touristiques. Regardons maintenant plus en détail les deux principales modalités de circuits proposés.

²⁵⁷ Disponible à l'adresse : www.sterlingcodifiers.com/codebook/index.php?book_id=466

²⁵⁸ Disponible à l'adresse: <http://articles.latimes.com/2011/mar/05/business/la-fi-0305-tourbus-noise-20110305>

9.2. Le bus touristique, la possibilité d'une autre métrique

La première modalité de tour qu'il convient d'envisager est celle réalisée par les bus touristiques, que l'on peut dorénavant considérer comme un dispositif touristique classique des métropoles. Ils sont destinés à effectuer de longues distances à travers la partie de Los Angeles allant de Downtown LA à Santa Monica en passant par le Westside (cf. illustration n°62). Ils n'utilisent que les grands axes de circulation et font de multiples arrêts au niveau desquels les passagers peuvent monter/descendre – ce qu'indique l'expression «hop on/hop off» – (photographie n°19). On peut défendre l'idée qu'ils servent essentiellement à la découverte de la métropole «dans son ensemble»²⁵⁹ et qu'ils correspondent à une manière (spécifiquement touristique) de gérer les distances.

Photographie n°19 :
Un bus touristique en instance de départ sur le Walk of Fame



²⁵⁹ Même si cette expression n'est pas tout à fait exacte: nous avons pu constater comment le circuit opérait une sélection et contribuait à délimiter un espace touristique restreint par rapport à l'ensemble de l'agglomération.

9.2.1. Un dispositif pour éviter de conduire

Pour affirmer cette proposition et avoir de premières pistes de compréhension des raisons de la pratique de ces bus par les touristes, je m'appuierai tout particulièrement sur deux entretiens, en en reproduisant de larges extraits. Le premier exemple est celui de **Danny**, australien (la trentaine) résidant à Perth. Il est lui déjà passé deux fois à Los Angeles. Le fait que ce soit la première visite pour sa compagne, et la présence d'un ami dans la région sont les raisons qui ont motivé selon lui ce troisième séjour prévu pour durer cinq jours, et faisant suite à une visite de New York. Pour ce touriste, Los Angeles n'est donc plus une agglomération inconnue, sa pratique de la métropole est informée par ses précédentes expériences, même s'il estime encore ne pas bien la connaître :

- It's not your first time in LA, so you know very well the city ?
- Not very well, because I didn't stay here for a long time, once I went to Canada so I stayed here for a couple of nights before going to Canada.
- But you know some places in LA ?
- Yes, I'm getting more and more familiar.
- With which places ?
- Hollywood. Sometimes I get lost in Downtown, but it's easy to find someone and ask where you wanna go.

Il n'est pas surprenant que le lieu le plus familier pour Danny soit Hollywood : non seulement les touristes y passent tous lors de leur première visite, mais nombreux sont ceux à y revenir lors de leurs visites suivantes. Dans ce cas, ce retour s'explique par le fait que si Danny est bien un *repeaters* : il accompagne des personnes qui, elles, découvrent Los Angeles pour la première fois. Le passage suivant nous permet de comprendre qu'il connaît, grâce à ses précédentes visites, les endroits qu'il veut visiter et ce qu'il veut voir, mais également la manière dont il organise ses déplacements :

- Did you do a bus tour ?
- Yes, the « hop on / hop off » tour.
- What do you think about that ?
- It was ok, because we stopped in many places, *it was informative* because they explained a lot of things, *I wanted also to get to the beach so it was ok.*
- Why did you choose to take the bus ?
- Because it takes the main routes I wanted to go to. I wanted to go to Santa Monica, in Downtown... so I just paid for one pass.
- So you haven't a car here ?
- No
- Why ?
- Because *there is so much traffic here*, so it's probably *easiest* to walk.
- (...)
- Do the distances between the places you visited are a problem for you ?
- Not really, because I was on the « hop on / hop off » bus, so I didn't go by myself and get lost...
- But it's taking a long time !

- Yes because it's stopping and starting all the times. If it was a direct route it would be easy. It's not so far, it's just because of the traffic.

Si la taille considérable de Los Angeles (« *it's quite big !* ») ne lui pose pas de problème grâce à un capital spatial suffisamment développé (« *I'm used to travel, I'm originally from Perth in Australia and it's very spread out* »), la prédominance de la métrique automobile, et surtout la circulation très importante sont au contraire des éléments handicapants de son point de vue pour habiter touristiquement cette métropole. Malgré sa connaissance du lieu, la configuration spatiale de Los Angeles représente toujours une épreuve, notamment par rapport à la question des métriques et de la gestion des distances entre les lieux. Il indique ainsi ne pas disposer des compétences suffisantes pour conduire (à nouveau, relevons ici que c'est une conduite inversée par rapport à l'Australie) et pour se repérer. Cette incapacité l'incite à choisir le bus touristique comme moyen de déplacement, plutôt que de louer une voiture ; et s'il n'opte pas pour les transports en commun – il indique ne pas utiliser le métro parce qu'il préfère « *to stay out on the street* » –, dont le pass journalier est de seulement quelques dollars (contre une quarantaine par personne pour le ticket d'un bus touristique) mais objectivement plus lents du fait du nombre d'arrêts plus importants et moins adéquats pour le *sightseeing*, on peut supposer que c'est parce qu'il n'a pas l'habitude de les utiliser au quotidien. Cet exemple illustre le fait que certains touristes peuvent encore faire appel à ce genre de service même en connaissant déjà la métropole. On retrouve très clairement cette perspective de ne pas conduire dans la réaction de **Brandycat**, une jeune (25-34 ans) anglaise résidant à Berkshire, sur un forum de TripAdvisor²⁶⁰ datant du 7 février 2009 :

« We were thinking of not driving in LA to give ourselves a break - we're doing a lot of driving over 20 days and thought a bus tour might be nice way to relax for a couple of hours (hopefully in the sun on the top deck !) »²⁶¹

Contrairement à la plupart des cas où l'utilisation de ce service est décidée sur le moment par les touristes, celle-ci est envisagée par la personne avant même le départ : cela tend à indiquer une préparation poussée du séjour en amont, avec un point de vue global sur le séjour et une prévision des conséquences inhérentes à ce genre de pratiques touristiques, cette capacité à se projeter découlant sans doute d'expériences passées. Cet extrait relève ainsi le *versant stratégique* – pour reprendre Michel de Certeau – des pratiques touristiques.

9.2.2. Un dispositif pour une visite express

Le seconde exemple est issu d'un entretien réalisé avec Paul-Henri (photographie n°20), dont la situation est particulièrement atypique : âgé de 21 ans, né à Paris, il est à Los Angeles pour seulement 10h, dans le cadre d'une correspondance entre son vol arrivant de Montréal – où il était en vacances – et celui vers la Nouvelle-Zélande, où il doit retrouver son amie (cela avant de retourner à Sydney, où il étudie) :

²⁶⁰ le nombre important – plusieurs dizaines – de discussions portant sur cette question des bus touristiques sur le forum TripAdvisor consacré à Los Angeles atteste que cette pratique concerne un nombre considérable de touristes.

²⁶¹ Disponible à : http://www.tripadvisor.com/ShowTopic-g32655-i61-k2532197-Open_top_bus_tour_of_LA-Los_Angeles_California.html

- Donc là tu as 10h d'attente...
- Ouai, 11h d'attente à l'aéroport, donc là j'en profite... j'ai pris un bus...
- Tu as pris un bus ? Une navette ?
- Un bus qui fait le tour, Hollywood, Venice Beach et tout... pour l'instant c'est que le début, mais vu que ça fait *100km de long* cette ville j'ai préféré prendre un bus qui fait tout direct plutôt que de me balader tout seul en taxi quoi ! (...) Je suis arrivé à l'aéroport. Je suis allé à un point information. Ils m'ont dit d'aller au Hilton... du LAX (...) Après... *ça à l'air vachement dur* Los Angeles de visiter par soi-même
- Ah oui ?
- Ben je pense ouai, je sais pas... *ça à l'air tellement immense...* en avion quand on arrive à l'aéroport on met 15 minutes pour voir la ville en entier (...)
- Donc c'est une bonne chose d'avoir un bus touristique qui fait tout le tour de la ville ?
- Moi je trouve que c'est pas mal, pour les gens dans mon cas en tout cas.
- Ah oui ?
- *Pour quelqu'un qui reste deux semaines, je trouverai ça un peu stupide.* Parce que c'est vraiment... après, c'est vraiment le piège à touristes quoi. Enfin, moi je suis pas trop pour les trucs touristiques à la base...
- Ah ouai ?
- Donc c'est une première fois le bus.. Mais pour quelqu'un qui a deux jours, ou même comme moi un après-midi, c'est super, et c'est pas très cher en plus. (...) Mais sinon, j'aime pas passer pour un touriste ! j'aime pas avoir un gros sac à dos, des bottes de randonnée et tout le bordel... j'aime bien arriver mine de rien quoi, et puis... je suis pas forcément dans l'ambiance où j'ai envie d'être avec plein de mecs qui sont là en vacances en même temps, tu vois... Tu fais un tour de bus à Los Angeles, tu fais un tour de bus à Montreal ou à Rio... ben t'es toujours avec les même gars... des européens, des japonais... et *c'est juste le décor qui change*, tu vois ? Alors que là, si je peux parler avec un mec d'ici, ou voilà... ben ça change complètement...

L'aspect le plus surprenant de cette situation est son caractère improvisé : quand il atterrit à Los Angeles, ce touriste n'a encore rien prévu, ne possède ni guide ni carte et n'a pas effectué de recherche sur internet. Il n'a donc aucun renseignement sur ce qu'il y a à faire ou à voir, mis à part les représentations qu'il a probablement eues de Los Angeles à travers les média. Pourtant, son capital spatial élevé lui permet de s'adapter rapidement à cette situation particulière : ces expériences précédentes (et l'idée qu'il a de Los Angeles) lui permettent d'évaluer rapidement la taille de l'agglomération. Selon l'appréciation qu'il en fait, celle-ci constitue une difficulté importante pour visiter cette métropole par lui-même. Aussi, pour effectuer malgré tout une visite express, le bus touristique lui apparaît comme la métrique la plus adéquate par rapport à sa situation et à cette configuration spatiale : elle a l'avantage d'être plus développée et efficace que les transports en commun réguliers, moins coûteuse que le taxi et moins difficile à maîtriser que l'automobile (nous n'abordons pas la possibilité de louer une voiture pour quelques heures²⁶²).

²⁶² Ce que fait par exemple Swdke – dont nous avons tracé le parcours (chapitre 5) alors qu'il reste le même nombre d'heures à Los Angeles.

On saisit bien ici comment le bus touristique est une technologie spatiale qui permet de compenser des compétences cognitives et techniques faibles : en utilisant cet outil, Paul-Henri n'a pas besoin de chercher les lieux les plus emblématiques de la métropole, de trouver par quel moyen de transport il peut s'y rendre, ni comment organiser son parcours entre ces différents lieux : ces trois aspects sont intégrés dans la prestation. Il effectue un arbitrage *in situ* (par rapport à la configuration spatiale, au temps disponible, au coût financier) qui dénote une certaine capacité d'adaptation. Car même s'il estime que ce n'est pas cher, on comprend malgré tout que « ça lui en coûte » quand même d'utiliser ce service : cette manière de faire va à l'encontre de ces « convictions », de la vision caricaturale qu'il peut avoir du touriste et de ce qu'il ferait dans d'autres circonstances. C'est uniquement le caractère urgent de son séjour qui lui permet de justifier et trouver une certaine rationalité à sa pratique, et ainsi de « sauver la face » en quelque sorte.

Photographie n°20 :
Paul-Henri lors de l'entretien sur la passerelle



9.2.3. Conclusion

Il apparaît explicitement que ce type de bus touristiques sert, à Danny comme à Paul-Henri, à se déplacer à travers la métropole, comme une façon de gérer les distances entre les différents lieux touristiques de Los Angeles. Les deux n'ont, pour des raisons différentes, pas de voiture : le bus remplace alors cette dernière. Par rapport aux autres modes de transport possibles, il a un double avantage : d'une part, il fournit une sélection des endroits considérés comme dignes d'intérêt pour les touristes. Ensuite, c'est un véhicule spécialement adapté pour le sightseeing : car disposant d'un deuxième étage avec un toit ouvert, il permet d'avoir une vue sur la ville sensiblement différente de celle que l'on peut avoir avec un bus régulier par exemple. Ces deux exemples ne sont pas des exceptions, au contraire : comme j'ai pu l'observer à l'occasion des

différents tours que j'ai pu effectuer dans ces bus, la plupart des touristes descendent dans les différents arrêts proposés : il s'agit donc bien d'un moyen de déplacement entre les différents lieux, d'une métrique, d'une façon de gérer les distances entre différents lieux, qui remplace l'utilisation des transports publics ou de la voiture, et non juste un moyen de voir la ville.

9.3. Le van touristique : c'est « plus pratique »

Parallèlement à ce système conventionnel, classique pour les métropoles touristiques, la seconde principale modalité de circuit est spécifique à Los Angeles. Il s'agit d'une modalité plus thématique correspondant au « star homes tour », un circuit dont l'objectif principal n'est plus de visiter la métropole, mais d'observer les villas des célébrités à Beverly Hills. Pour envisager cette question, nous décrirons dans un premier temps les logiques de ce que l'on peut considérer comme une pratique touristique à part entière, qui constitue une expérience touristique adossée à la dimension cinématographique. Dans un deuxième temps, je développerai l'hypothèse que l'utilisation de ce service par les touristes va au-delà de la simple pratique, mais correspond également à une manière de gérer les distances et de compenser la faiblesse de compétences cognitives et/ou techniques.

9.3.1. Une pratique touristique imprévue

Il est donc possible d'envisager premièrement cette modalité de circuit comme une pratique sonnante presque comme une évidence si l'on s'en tient à l'affirmation de **Cathy** : « *It's just something you have to do when you come to Hollywood* ». De son point de vue, il s'agit d'une pratique incontournable : le tour des maisons des célébrités fait pleinement partie de l'expérience de Los Angeles. C'est notamment par cet aspect (au même titre que la visite des studios et le Hollywood Sign) que l'on mesure combien la dimension touristique de Los Angeles s'appuie et est indissociablement liée à la dimension cinématographique qui fait la réputation de cette métropole à l'échelle mondiale. Par rapport au tour en bus abordé précédemment, l'ampleur de ce circuit, d'une durée de deux heures, est géographiquement restreinte à Hollywood et Beverly Hills. De même, afin d'accéder aux luxueuses villas et faciliter la circulation dans les petites rues sinueuses de ce quartier huppé, les véhicules utilisés sont de petite taille – ce sont des vans plus que des bus – et il n'y a pas d'arrêts prévus : les touristes ne peuvent pas descendre pendant le parcours. Le dialogue suivant – qui a eu lieu sur le forum de TripAdvisor²⁶³ entre *HopSkipJump*, un « expert de la destination » et *Lirwin13*, une jeune (25-34 ans) femme résidant dans le Massachusetts (si l'on en croit le profil), qui, au moment du post (daté du 24 avril 2012) revenait de Los Angeles – nous permet d'avoir une description de cette pratique, du point de vue d'une touriste :

²⁶³ « Hollywood Tour of the stars houses » du 24 avril 2012, disponible à : www.tripadvisor.com/ShowTopic-g32655-i61-k5358338-Hollywood_Tour_of_the_stars_houses-Los_Angeles_California.html

lirwin13 :

I was in L.A. last week and did the Stars Homes tour with Starline. They seem to be the most popular (though there are certainly others nearby). There are plenty of small booths around the Hollywood and Highland Center where you can book. I stopped at a booth at 10AM, and was on the tour at 10:15AM. It was a 2 hour tour ; not only did we see the homes, the guide also provided narration as we left Hollywood and traveled along Mulholland Drive and the Sunset Strip area. Yes, it's a touristy thing to do, but I found it fun !

HopSkipJump :

Lirwin, it's been suggested by some people on this Forum that the "star's homes" tour shows nothing but the gates and shrubbery of the "star's homes" -- that you can't actually see the homes. Is that the case ?

lirwin13 :

I can see why some people might make that comment about the gates, as you do see some gates and shrubbery. I would say it was about 50/50 (gates vs. actual houses). However, the guide I had was good about driving around so that we could see as much of the house as possible, even if it was from a distance. I thought it was worthwhile, as the drive through some of the neighborhoods of Beverly Hills was enjoyable in and of itself. Being my first visit to the area, I thought the rest of the commentary about the neighborhoods and Hollywood added a lot to my visit and also gave a good overview of the area.

S'il s'agit là d'un commentaire positif, les avis sont équitablement partagés avec des appréciations plus mitigées, si ce n'est négatives, comme j'ai pu le constater dans certains de mes entretiens – « *it's not very good, you don't see anything* » constate Almorena pour n'en citer qu'un exemple –. On se rend bien compte en tout cas du caractère particulier de cette pratique touristique : cela correspond à la mise en scène d'un quartier strictement résidentiel. Même si les villas – plus exactement leurs portes d'entrées et leurs clôtures (cf. illustration n°64) – qu'il est possible de voir durant le tour sont d'un haut standing et l'ordonnancement des rues impeccable, c'est un espace urbain d'une monofonctionnalité totale, où il ne se passe pas grand chose et où l'on ne croise pas grand monde, si ce n'est les vans des autres compagnies effectuant un tour au même moment, que les touristes découvrent. L'autre principale caractéristique qu'il convient de retenir par rapport à ce système est qu'une très grande majorité des touristes²⁶⁴ effectuant ce type de tour dispose d'une voiture : le fait de payer pour un circuit dans un van touristique ne se substitue pas à l'usage d'une automobile mais vient s'ajouter de façon complémentaire. C'est en cela que l'on peut considérer, dans un premier temps, l'utilisation de ce service comme une pratique « en tant que telle » et non comme un mode de déplacement.

²⁶⁴ Au moins parmi ceux que j'ai pu cotoyer lors de mes séances d'observation participante au stand de la compagnie.

Illustration n°64 :
Un van touristique devant la maison de Michael Jackson en 2012



Source : www.flickr.com/photos/beryllium/3989589892/

L'évidence de cette pratique postulée par Cathy n'est en réalité pas du tout certaine : il ressort de l'enquête de terrain que le recours à des tours guidés n'est pas prévu par la plupart des touristes qui utilisent ce service. L'entretien réalisé avec **Jérémy** nous permet de saisir la plupart des éléments intervenants dans la décision des touristes :

- Pourquoi vous faites ce tour ?
- *C'est plus pratique qu'en voiture. On ne reste qu'une journée ici et on ne connaît pas trop le quartier, ce qu'il y a à voir...*
- Vous avez un guide de LA ?
- Non, là pour le tour *on a été abordé sur le Boulevard* et on a été convaincu.
- C'est le fait de rester peu de temps qui vous a convaincus ?
- Oui, pour voir le plus possible, on ne peut *pas perdre trop de temps*.
- Mais vous avez déjà marché sur le walk of fame ?
- Non, pas encore.
- (...)
- Est ce que vous avez des attentes particulières ?
- Voir Hollywood, Beverly Hills
- Les maisons de stars ?
- Quelques unes *mais sans plus*. Au début on avait peur que ce soit une arnaque, mais au final on le fait quand même. *Ici on nous accoste tous les 20 mètres pour nous vendre des trucs...*

Cet extrait révèle tout d'abord qu'une certaine proportion de touristes font un tour sans vouloir particulièrement voir les « maisons de stars » : celles-ci ne sont pas véritablement au cœur de la

pratique de ce touriste (même si elles en font quand même partie), qui souhaite plutôt découvrir plus largement l'environnement urbain de cette partie de la ville. Ensuite, le passage cité exprime bien le fait que les touristes sont, sur le walk of fame, constamment sollicités pour cette activité ²⁶⁵: les observations permettent effectivement de constater qu'il y a tous les 20 mètres un stand d'une compagnie de tours.

**Photographie n°21 :
Les vendeurs d'une compagnie de tours à Hollywood / Vine**



Qui plus est, cette citation fait ressortir le fait que les opérateurs n'attendent pas que les touristes viennent vers eux, mais effectuent au contraire un démarchage actif : ils abordent les touristes sur le trottoir afin de les convaincre de faire un tour avec leur compagnie (la photographie n°21 capture le positionnement de six des rabatteurs d'une compagnie à l'intersection entre Hollywood bd et Vine)²⁶⁶. Le passage cité nous dévoile ensuite un déroulement de la visite assez étonnant (mais que j'ai pu observer à différentes reprises) dans la mesure où Jérémy, qui attend le départ du tour au moment de l'entretien, indique ne pas s'être déjà promené sur le Walk of Fame. Cela sous-entend qu'il a décidé, à peine après avoir garé sa voiture, d'effectuer un tour en bus parce que « c'est plus pratique qu'en voiture ». Ce jugement, que l'on pourrait considérer comme établi *a priori* ²⁶⁷ – comment savoir que cette façon de faire est plus pratique alors que l'on n'a pas

²⁶⁵ J'ai d'ailleurs moi-même "fait les frais" de cette situation, comme je l'ai précédemment rapporté dans la partie méthodologique.

²⁶⁶ Cette façon de faire relativement intrusive s'explique notamment par le fait que ces salariés sont rémunérés "à la tâche", dans la mesure où ils touchent en moyenne 25% du prix des places qu'ils arrivent à vendre (ce qui correspond généralement à environ 6 dollars).

²⁶⁷ Il convient de préciser que la plupart des entretiens ont été réalisés juste avant le tour pour trois raisons : i) les touristes doivent arriver quelques minutes avant l'heure du départ prévue (et sont donc dans une situation "d'attente contrainte", ii) parce que le lieu de "débarquement" changeait d'un tour à l'autre et varie à la demande des touristes,

véritablement une idée du quartier ? – doit être compris comme un indice implicite de la difficulté que peuvent avoir certains touristes à se déplacer et se repérer dans l'espace urbain, et donc à réaliser leurs pratiques touristiques. L'entretien de Jérémie révèle d'ailleurs explicitement la réticence initiale – qui prévaut pour la plupart des touristes – par rapport à cette forme d'approche : les touristes ont peur que ce soit une « arnaque »²⁶⁸. Cela tient sans doute au caractère qui peut paraître relativement improvisé, désorganisé, de cette activité (les vendeurs ne sont pas toujours clairement identifiables comme tels). Ainsi, dans la plupart des cas envisagés dans cette enquête, la pratique d'un bus touristique n'était pas prévue à l'avance, et les touristes décident de le faire dans la rue, au contact des vendeurs. Il faut souligner que les touristes sont influencés dans leur réflexion par ces derniers, qui insistent systématiquement dans leurs discours sur les très longues distances à parcourir (j'ai par exemple souvent entendu le mot « huge » dans les propos de ces derniers pour tenter de convaincre les touristes sur le caractère irréalisable d'une visite par eux-mêmes). Comment alors interpréter cette subite décision ? Ce sont-ils « laissés avoir » par *l'enchantement* du lieu et le harcèlement constant des vendeurs²⁶⁹ ? C'est ce que tendrait à indiquer ce passage de l'entretien réalisé avec **Linda**, une journaliste française, la trentaine, qui est à Los Angeles dans le cadre d'un séjour linguistique, sans voiture, et qui accepte de faire un tour dans un van « malgré elle » en quelque sorte :

- On s'était organisé une journée pour aller sur les grands boulevards, faire Sunset Boulevard, et en fait on s'est rendu compte qu'en partant à 14h de Santa Monica on est arrivé à 17h. C'est hallucinant. On a mis 3h. On a pris le bus avec une correspondance à Fairfax. J'étais estomaquée du temps qu'on mettait à traverser la ville. En plus *il y en a plein qui t'alpaguent* en te proposant un circuit de 2h en passant par Rodeo Drive etc... *aller voir les murs des stars ça ne m'intéresse pas, passer devant chez eux et voir leur maison non merci*. Arrivés sur Hollywood Bd, tout de suite ils te proposent tous des tours... en même temps on réfléchissait parce qu'on piétinait et finalement on a décidé de le faire, on a fait un tour de 2h sur Rodeo Drive, Beverly Hills...
- Vous n'étiez que vous 3 ?
- Oui, on est arrivés très tard et à cette heure là il n'y avait plus beaucoup de tours opérateurs. On voulait le faire tout de suite et pas attendre que le bus se remplisse. Ils ont accepté de le faire pour nous pour 25 dollars.
- Est ce que tu crois que le fait d'avoir été sollicitée plusieurs fois a joué ?
- Oui, *tu te dis que c'est un gain de temps précieux* mais ce n'est pas forcément le cas. Sur le prospectus ils t'endorment un peu, ils montrent le signe d'Hollywood en grand alors tu penses que tu vas aller le voir de tout près, mais en réalité ils t'emmènent sur une colline à quelques minutes d'Hollywood. Ensuite j'ai demandé quand est ce qu'on allait aller sur la montagne, mais il m'a dit qu'on n'y allait pas. On nous a récupérés dans le bus à Hollywood Bd et du coup ils considéraient qu'on n'avait pas à faire le boulevard. On s'est fait balader pendant une heure et demie. On a fait des petites rues, ça c'était assez sympa.

iii) les touristes sont beaucoup moins disposés à répondre aux questions après les deux heures de circuit si j'en juge à l'expérience de mes différentes tentatives.

²⁶⁸ J'ai pu, grâce aux nombreuses heures d'observation, constater que le « taux d'échec » des rabatteurs est d'ailleurs assez important, et si une estimation de cette question est difficile, il faut compter moins d'un succès pour dix tentatives.

²⁶⁹ Je fais ici référence à l'expérience décrite par Yves Winkin (2001) à propos de « l'enchantement touristique ».

Mais le côté paillettes etc, ça ne me plaît pas. On a vu l'église où était tourné Sister Act, un hôtel où a été tourné Pretty Woman...

- Pourquoi avez-vous choisi un petit van et pas un grand car ?
- Pour ne pas prendre un car de touristes, *forcément*. J'ai vu que Starline avait des grands bus à 2 étages mais aussi des pickups avec une dizaine de personnes à bord, on trouvait ça un peu plus intimiste. Les autres bus ça fait vraiment *industrie à la chaîne*. (...) Je n'aime pas le tourisme de masse comme ça, ça fait un peu *zoo*, ça dénature beaucoup la visite. C'est du paraître, il n'y a rien d'*authentique* là dedans. Mais c'est à l'image de ce qu'est le lieu. J'ai été *déçue par le tour* mais il correspond assez bien à l'image qu'on peut se faire d'Hollywood. »

Si le capital culturel de cette touriste est élevé, elle dispose d'un faible capital spatial (cela s'exprime par exemple par le très faible nombre de déplacements qu'elle effectue durant son séjour de plus d'un mois à Los Angeles). On constate explicitement à travers ce large passage combien la configuration spatiale (la taille et les distances) est handicapante pour cette touriste : c'est cette difficulté à maîtriser les métriques (elle n'a pas de voiture) qui l'oblige à recourir à un service qu'elle n'apprécie pas – à l'instar de Paul-Henri (cf. infra) –, comme on peut le constater à travers le discours péjoratif²⁷⁰ qu'elle utilise pour le décrire. Il s'agit d'une pratique imprévue, indésirée presque, mais qui s'impose au groupe avec l'insistance des vendeurs : à peine arrivées à Hollywood après trois heures de trajet²⁷¹, et sans réellement marcher sur le *walk of fame*, ces touristes embarquent pour un circuit de deux heures et passent donc une grande partie de leur journée dans leur transport (si l'on tient compte du trajet retour).

Photographie n°22 :
Le signe Hollywood vu depuis un tour en *van*



²⁷⁰ Que l'on retrouve régulièrement dans des articles journalistiques ou scientifiques

²⁷¹ Il s'agit d'une durée anormalement longue pour un trajet que l'on effectue en 45 minutes ; on peut faire l'hypothèse que c'est la faiblesse du capital spatial et des compétences cognitives en lien avec les métro-métriques qui allongent considérablement le temps de trajet.

On peut considérer l'utilisation du bus touristique comme résultant d'un *arbitrage in situ* effectué par les individus : il s'agirait de la manifestation de l'évaluation des distances et de la complexité de la configuration urbaine mesurée par ces derniers. Ce serait l'une des expressions du *versant tactique* des manières touristiques de faire avec de l'espace, qui relèvent alors pleinement du domaine de l'improvisation et de l'adaptation à une situation singulière, particulièrement compliquée.

9.3.2. Une technologie utilisée pour palier un déficit de compétences

Mais cet intérêt pour découvrir les maisons des célébrités est-elle la seule raison qui pousse les touristes à faire un tour ? On pourrait très bien objecter qu'il est possible de le faire par soi-même, cela d'autant plus que des cartes, supposées renseigner la localisation des propriétés des célébrités, sont en vente en libre service. Pourquoi ces touristes font-ils alors appel à ce genre de service ? La réponse apportée par François à cette question regroupe les différents arguments

Parce qu'il faudrait connaître les endroits précis à visiter. Là on va voir les choses les plus importantes et ça nous évite de conduire. Ce sera expliqué aussi avec l'histoire des stars. (François)

L'un des éléments de justification régulièrement revenu lors des entretiens quant à l'utilisation du van touristique a été celui d'avoir *une mise en récit de l'espace urbain* : Cela illustre la propension d'une certaine partie des touristes à avoir une expérience de la ville non pas « brut de décoffrage » en quelque sorte, mais accompagnée par une mise en récit. D'une certaine façon, une partie des touristes souhaite en savoir davantage sur la dimension historique. Contrairement au discours de dénigrement classique ²⁷² sur les bus touristiques comme l'archétype d'un tourisme de masse « idiot », on peut au contraire interpréter cela comme la volonté de ne pas traverser passivement le paysage urbain mais d'en avoir des éléments de compréhension, des commentaires qui permettent de lui donner plus de consistance, même si les propos peuvent tenir parfois plus de la légende que du fait historique avéré, pour faire un lien entre des monuments et une histoire.

« *Because we don't want to drive a lot* » est une autre des réponses fréquemment énoncée par les touristes à cette question. Une part très importante des touristes « internationaux » (tout du moins européens) séjournant à Los Angeles effectuent un tour de la Californie²⁷³ et réalisent de longs trajets entre les différentes étapes du parcours, dans un temps limité (généralement 2 ou 3 semaines). L'utilisation d'un van²⁷⁴ peut alors se concevoir comme une tactique choisie par les touristes pour se reposer. Cet aspect ressort clairement des propos de Gilles et de Françoise par exemple, qui viennent du Québec et qui voyagent avec leurs deux enfants :

²⁷² Tenu aussi par certains touristes, comme nous avons pu le constater au cours de ce chapitre.

²⁷³ Le fait qu'il y ait peu de guides sur Los Angeles même, mais plutôt sur la Californie, est révélateur de cette tendance ; le fait que les voyages proposés par les Tour Opérateurs soient très majoritairement des circuits de "l'ouest américain" est un autre indice de cette tendance.

²⁷⁴ Et à plus forte raison d'un bus, comme nous avons pu le constater dans la section précédente avec l'avis de l'utilisatrice de Tripadvisor.

- Pourquoi faites-vous un tour en bus touristique ?
- Pour éviter de conduire.
- C'est dur de conduire ici ?
- Non. On a loué une voiture à San Francisco, on fait un voyage en Californie, on finit à LA. On espère qu'ils vont nous expliquer les choses et avoir des informations. »

Si cette famille veut éviter de conduire ce n'est ainsi pas parce que c'est difficile de circuler à Los Angeles mais pour « lever le pied ». Il faut véritablement penser le séjour à Los Angeles comme une courte étape d'un circuit touristique beaucoup plus vaste, qui peut entraîner une lassitude vis-à-vis de la conduite. Il faut pleinement intégrer le côté récréatif de la pratique touristique d'une métropole pour apprécier l'ensemble des dimensions intervenant dans le choix d'utiliser un tour en bus : se « faire balader » autorise un relâchement que ne permet pas la conduite, celle-ci exigeant au contraire une concentration (en tout cas pour le conducteur, éventuellement pour celui qui l'aide dans la navigation) peu compatible avec la découverte de ce type de lieu. Qui plus est, les bus et vans sont des véhicules spécialement adaptés au sightseeing, avec leur toit ouvert, ce qui est rarement le cas des voitures de location. Cela tend d'autre part à souligner que, pour un certain nombre de touristes, la métrique automobile est malgré tout handicapante pour habiter touristiquement. Cette pratique du tour en *van* s'insère dans une évaluation de la meilleure façon de faire avec cet espace, de la part des touristes par rapport à leurs compétences (difficulté pour se déplacer et faible connaissance du lieu) dans laquelle intervient également la prise en compte du temps qu'ils ont à disposition. Comme le soulignait Jérémy, le gain du temps est une autre ligne directrice de la justification de l'utilisation de ce service par les touristes :

« We decided to do this on the street. *They said* we were going to see a lot *in a few time*. And it's *not expensive*. » (Jim)

« Because they tell story about the places, and *we don't have to drive and find the directions*. We don't have a lot of time to visit. » (Marine)

« C'est pour *ne pas perdre de temps*, aller à l'essentiel. On ne reste que 2 jours ici. » (Marc et Carine)

A travers cette succession de petites citations, c'est la récurrence de cette volonté de ne pas perdre de temps qui apparaît autre argument avancé par les touristes pour justifier cette pratique. Ils doivent faire face à une situation compliquée : ils restent peu de temps dans une métropole où la forme urbaine très étalée implique des temps de parcours parfois longs, qui plus est lorsqu'on ne connaît pas l'agglomération. L'usage d'un tel service répond alors plus à un souci d'efficacité. On peut faire un lien entre cette recherche d'efficacité et l'absence de compétences techniques et cognitives d'une certaine proportion des touristes utilisant les vans touristiques. J'ai pu observer qu'une grande partie d'entre eux indiquaient ne pas savoir où aller, ne pas savoir ce qu'il y a « d'intéressant » à voir ou à faire à Los Angeles :

- Why are you doing this tour ?
 - Because we want to see LA, and *we didn't know where to go*
 - What are you expecting ?
 - To see all the famous things of LA, *popular landmarks*
 - Did you planned to do this tour before ?
 - No, *they told us in the street.*
 - But, do you rent a car in LA ?
 - Yes
 - And it's too difficult to see Los Angeles by yourself ?
 - Yes
- (Aaron)

« It's *easier* for us. It takes us to see the places. *We didn't organize* at home. And we've never been on a tour on a bus » (Gil et Nathia)

- Why do you take this bus if you have a car ?
 - Because it's *easier*, it takes us directly.
 - It's easy to move around in LA ?
 - *No, we don't really know where we have to go.*
- (Chris)

« Because *we don't know* where the places to see are. It's *easier*. »
(Samantha)

- You have a car but you are doing a tour. Why ?
 - Because *we don't know around*.
 - You haven't a guidebook ?
 - Yes, but *it's not easy to follow it*.
- (Luis)

Les touristes expriment explicitement choisir une option qui leur permet de faire avec de l'espace plus facilement, en atténuant la complexité des épreuves spatiales : ils acceptent de payer pour un circuit en van parce que c'est le moyen le plus facile (« easy »). L'utilisation de ce mot, loin d'être anecdotique, signifie donc qu'une large partie des touristes utilisant ce service considèrent que c'est compliqué de découvrir Los Angeles par eux-mêmes, même lorsqu'on possède un guide touristique²⁷⁵. Mais quelles sont les raisons de cette difficulté ? Le principal motif qui apparaît dans les entretiens est que les touristes **ne savent pas** « où il faut aller » et « ce qu'il y a à voir » : il s'agit explicitement d'une carence en termes de *compétences cognitives*, qui est compensée par l'utilisation d'une technologie spatiale au moyen de la mobilisation du capital économique. Les touristes s'en remettent explicitement à ces opérateurs, à ces intermédiaires, pour leur dire et leur montrer les lieux remarquables de la métropole : c'est ce que traduit la présence dans leurs discours des expressions « aller à l'essentiel », « les choses importantes ». Cela indique implicitement que ce n'est pas « Los Angeles » qui est à découvrir, à visiter, à expérimenter, mais

²⁷⁵ Une réponse aussi explicite que celle donnée par Luis (qui dispose d'un capital spatial faible) est assez rare, mais il atteste que l'usage d'un guide ne va pas de soi et que tout le monde ne sait pas encore nécessairement utiliser cet outil de manière efficace, surtout si l'on n'est pas habitué à voyager et à utiliser ce genre de document, comme cela devait être le cas pour lui.

seulement quelques lieux précis, certains monuments – les *marqueurs* pour reprendre la terminologie de Dean MacCannell (1976) –. Il s'agit d'une posture qui laisse finalement peu de place à l'imprévu, aux découvertes fortuites, à la *serendipity* : il faut « voir ce qui est à voir », c'est-à-dire les lieux construits, reconnus socialement, par les autres touristes, comme étant dignes d'intérêt, à ne pas manquer en quelque sorte. On constate alors que certains touristes ne prennent plus seulement un van pour voir les maisons des célébrités, mais plus largement pour découvrir Los Angeles. D'ailleurs, la distinction entre les deux types de tours (celui des bus et celui des vans) ne va pas de soi pour certains touristes, comme on peut le constater à travers le discours de **Joseph** :

- (1) : Ouai, par exemple on regardait avant de partir ce matin, les prix des tours organisés dans la ville... c'était quoi... c'était 40 balles. Ouai, quasiment 40 dollars pour être dans un bus et qu'on nous dise voilà sur la droite vous avez la maison de Britney Spears, où elle a promené son chien tous les matins ici pendant deux ans... voilà, on s'en fout quoi. – (2) : Moi j'étais le seul à vouloir le faire quoi. – (1) : Ouai, non mais je veux bien le faire, mais 40 balles, j'ai autre chose à foutre que de savoir où Britney Spears promenait son chien quoi...
- Donc vous avez imaginé cette hypothèse, et c'est le prix qui vous a découragé ?
- (1) : Ouai, voilà, c'est ça. – (2) : On va le faire en voiture. – (3) : Ouai, on va le faire en voiture. – (1) : Et puis même, ce n'est pas le genre de truc qui me passionne, enfin... faire des musées sympas à New York, culturellement parlant c'est enrichissant, mais savoir que Britney Spears habite là... ça me passe un peu au-dessus de la tête !

On peut déceler dans cet extrait la confusion entre les deux principaux types de tours de la part de ces touristes²⁷⁶ : soit le billet coûte 40 dollars et correspond alors à celui d'un circuit en bus touristique (pour se déplacer à travers la métropole), soit il s'agit d'un « star home tour » et le ticket coûte au maximum 25 dollars. Remarquons toutefois que cette confusion est entretenue par les vendeurs des circuits des maisons de stars²⁷⁷, qui soutiennent dans le discours de vente le fait que le tour permet de voir les éléments « les plus importants » de Los Angeles (ce qui n'est pas véritablement le cas sans être totalement faux²⁷⁸). Il s'agit bien d'une mauvaise compréhension des enjeux de la part de Joseph et de ses amis. On peut interpréter cette indistinction comme un manque de compétences : ils ne connaissent pas les outils qui sont disponibles pour faire avec l'espace, leur choix repose sur une interprétation erronée des possibilités²⁷⁹. C'est une compétence à part entière que de savoir comment utiliser à bon escient cette technologie spatiale (qui plus est quand l'usage de la métrique automobile se révèle être une contrainte, comme nous avons pu le constater pour ces touristes dans les chapitres précédents).

²⁷⁶ Les chiffres entre parenthèses désignent les différents interlocuteurs intervenant dans la discussion, le numéro (1) correspondant à Joseph, le principal interviewé.

²⁷⁷ Même si cet aspect n'intervient pas ici, le groupe s'étant forgé une opinion avant de partir.

²⁷⁸ Ce circuit reprenant en partie, selon une amplitude plus restreinte, le parcours de la ligne rouge des bus touristiques.

²⁷⁹ Peut-être auraient-ils fait un tour dans un van touristique en sachant que ce n'est qu'une vingtaine de dollars, ou un tour en bus, malgré le prix, s'ils savaient que cela permettait de découvrir un certain nombre des lieux d'intérêt de Los Angeles.

« LA Gang Tours » : le bus touristique comme sas d'altérité

De manière plus confidentielle, mais pas moins utile pour comprendre les ressorts de la pratique de ce type de service, les bus touristiques peuvent aussi être utilisés comme des sas d'altérité ; c'est ainsi que l'on peut concevoir une troisième modalité des visites guidées disponibles à Los Angeles correspondant au « **LA Gang Tours** »²⁸⁰. Il s'agit là d'une version plus « extrême » en quelque sorte puisque l'objectif est la découverte de *South Central*, un quartier fameux depuis les émeutes qui s'y sont déroulées en 1992 et qui a la réputation d'être une zone particulièrement violente avec la présence de nombreux gangs. Même si cela ne concerne qu'un faible nombre de visiteurs, cela illustre tout d'abord la possibilité de mise en tourisme de n'importe quel type de lieu. South Central est l'un des plus grands ghettos des Etats-Unis et a toujours un taux de criminalité très élevé. Le promoteur du tour n'hésite d'ailleurs pas à exploiter cette réputation en indiquant qu'il a négocié pour cela un « droit de passage » avec les différents gangs : « *I'm not saying you have to stop shooting each other (...) Just allow me a certain time in the day. (...) Just let the bus go through.* »²⁸¹, même si cela tient également de la mise en scène inhérente à ce genre de transaction commerciale. La réaction ironique d'un des passagers interviewés dans l'article de journal, Daniel Auld, un jeune backpacker australien, aurait tendance à confirmer cette lecture :

« I spent a lot of time in India, and I lived in an orphanage for a few months on this trip, so it's just a natural extension to see this part of L.A. » Auld says. (...) « The scariest part of that tour was being on the freeway (...) I think that was the only time we were in danger the whole tour. »

Il s'agit malgré tout d'un quartier de Los Angeles où la plupart des angelinos ne sont jamais allés, comme on peut l'envisager à partir de l'extrait suivant²⁸² :

« You go to Paris to see things and understand that culture ... and this is so close by," says Bert Rietveld, who is Dutch but has lived in Los Angeles for years. Still, he has never ventured into South Central. "Probably because I always thought, well, you can't really go there on your own," Rietveld says. "It seemed too dangerous. I once took a wrong turn off the freeway, and I ended up in some neighborhoods where I thought [I'd] better get out of here as quickly as possible. »

L'enjeu du *franchissement* de limites (ici plus psychologiques que physiques) est alors au coeur de l'usage de cette modalité du circuit touristique. Dans ce cas les utilisateurs savent précisément ce qu'ils veulent voir mais estiment qu'ils ne peuvent pas le faire par eux-mêmes²⁸³. Le bus touristique fonctionne alors véritablement comme un sas d'altérité : il est utilisé par les touristes, dans ce contexte, comme une véritable technologie spatiale permettant d'accéder à un lieu sans laquelle ils n'iraient pas. La pratique n'est pas « plus facile avec » (comme pour le circuit des maisons des célébrités), mais « impossible sans ».

²⁸⁰ Je n'ai pas réalisé d'enquête par moi-même pour cette modalité ; les éléments que je mobilise dans cette partie sont issus d'articles de presse et d'un reportage télévisé.

²⁸¹ Citation tirée d'un article du Los Angeles Times disponible à : <http://articles.latimes.com/print/2009/dec/05/local/la-me-southla-tours5-2009dec05>

²⁸² <http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=122822689>

²⁸³ Parmi mes entretiens, seuls Pierre et Fabienne sont passés (sans s'arrêter) par ce quartier (cf. infra).

Cet extrait apporte enfin une autre illustration de l'image (co-constituée par la sphère médiatique dont font partie les guides touristiques, et informant de façon notable la manière d'habiter touristiquement la métropole) réductrice qu'à un grand nombre de touristes sur Los Angeles : ces touristes établissent un jugement de valeur et une comparaison avec New York à partir de deux pratiques différentes que sont le « circuit » et la « visite d'un musée », les deux pratiques étant pourtant réalisables dans les deux métropoles.

9.3.3. Conclusion

Le circuit proposé par les vans touristiques répond à une attente largement partagée de voir les résidences des célébrités. S'il est possible de faire un tour à Beverly Hills pour voir les luxueuses villas par soi-même, on peut toutefois défendre l'idée²⁸⁴ que c'est moins évident, moins « riche » et moins confortable qu'en se « faisant balader » à travers ce quartier de la métropole. Utiliser un van touristique semble être le moyen le plus adéquat et efficace pour réaliser cette pratique. On a toutefois pu constater que l'utilisation des vans touristiques est un indicateur de la difficulté d'une certaine partie des touristes à habiter Los Angeles, à faire touristiquement avec cet espace : ces utilisateurs assument le fait que la configuration urbaine ne se prête pas à un investissement facile. Parallèlement, on peut constater que cette difficulté accompagne (est due à ?) la faible préparation de la pratique touristique de Los Angeles par les individus : nombreux sont ceux à dire ne pas savoir quoi voir, quoi faire. Il s'agit là d'un manque de compétences cognitives. De façon coïncidente, on peut ainsi noter que parmi les touristes mobilisés dans cette enquête, la plupart de ceux effectuant un circuit n'ont pas un capital spatial fort et qu'inversement, la plupart des touristes ayant un capital spatial élevé n'ont pas effectué de circuit²⁸⁵.

9.4. Conclusion

Les deux principales modalités de tours évoquées, que l'on peut croire au premier abord radicalement différentes dans leurs objectifs tout en constituant chacune une attraction touristique en tant que telle, sont en réalité d'une utilité de la toute première importance, en répondant à une même demande de la part des touristes : faire plus facilement avec l'espace. La configuration spatiale de Los Angeles est explicitement problématique pour tous les usagers de ces « transports en commun à vocation touristique » : sans cet équipement, la manière d'habiter touristiquement cette métropole des touristes l'utilisant ne serait pas aussi développée. Dans un premier temps, il est possible d'entendre ce système comme un dispositif permettant de ne pas traverser la métropole de façon indifférente, rapidement, en allant strictement d'un point à un

²⁸⁴ Il s'agit là d'une proposition nourrie également de mes observations : j'ai pu effectuer cette pratique des deux façons, avec un van et en voiture.

²⁸⁵ De façon anecdotique, une solution pour profiter des commentaires proposés par les visites guidées sans avoir à déboursier d'argent serait d'adopter la ruse utilisée par Scott : « *the first time, I followed the bus with my car. It was about 45 minutes. I heard everything they was saying about celebrities !* »

autre : les bus réalisent une boucle qui permet de l'investir au « ralenti », de prendre le temps pour en découvrir certains lieux. Le cadre bâti n'est plus anonyme, indifférencié, mais acquiert une certaine épaisseur : cela donne alors un autre sens à l'espace urbain, et change le regard que les touristes peuvent en avoir. A Los Angeles le bus ou le van se substituerait en quelque sorte à la marche, métrique à laquelle les touristes ont classiquement recours pour s'approprier l'espace urbain des autres métropoles. Cet aspect confirme et accentue l'importance de la dimension véhiculée dans la manière d'habiter touristiquement l'agglomération. De façon plus fine, on constate dans un deuxième temps que cette manière de faire témoigne systématiquement de difficultés à faire avec cet espace de la part de ceux qui les utilisent, cette décision s'apparentant presque à un choix par défaut (l'utilisation des vans est moins planifiée que subie pour la plupart des usagers : les touristes sont pris de court par la configuration spatiale de Los Angeles et la complexité à la maîtriser pour réaliser leurs pratiques). On peut avancer l'hypothèse que la pratique de des circuits résulte de l'insuffisance de compétences de la part des individus pour visiter par eux-mêmes : ils font appel à des médiateurs pour filtrer et atténuer la difficulté des épreuves spatiales. Du point de vue des touristes, cet outil résout tout d'abord le problème du cheminement : une grande proportion de touristes usagers ne sachant pas « où il faut aller », le circuit leur donne accès à un parcours préétabli, ils n'ont pas besoin de sélectionner les lieux, les opérateurs réalisant cette tâche à leur place (impliquant une uniformité certaine des lieux pratiqués par ces touristes : c'est d'ailleurs une attente de leur part que de voir les lieux « populaires »). La question de la métrique est également fondamentale dans ce système : la gestion des grandes distances entre les lieux : la pratique de ce service est due aussi en partie au fait c'est trop compliqué pour ces touristes d'y aller avec les autres moyens de transports. C'est également un outil pour gérer l'altérité : les touristes utilisent ce service parce qu'ils n'oseraient pas y aller par eux-mêmes. La faiblesse du capital spatial est ainsi compensée par la mobilisation du capital économique avec l'achat d'une prestation correspondant véritablement à une technologie spatiale au service de la pratique.

Cela nous permet enfin de mettre en exergue le fonctionnement véritablement réticulaire de l'espace touristique à Los Angeles. Celui-ci s'organise autour de nœuds, selon une dimension topologique, et non selon une logique topographique comme cela semble être le cas pour les autres métropoles.

Conclusion générale

Accordons aux individus la « présomption de compétences » (Serres, 2012). Employée afin de soutenir l'hypothèse que ces derniers sont maintenant de plus en plus avertis par rapport aux problèmes sociétaux auxquels ils sont quotidiennement confrontés, cette formulation doit donc aussi être appliquée en ce qui concerne la pratique de la dimension spatiale. L'enquête a effectivement mis en évidence que les manières d'habiter touristiquement Los Angeles dépendent des *compétences* dont disposent les individus. La spatialité des individus résulte en ce sens d'un *savoir-faire*.

Le premier défi de connaissance abordé par cette recherche consistait en effet à avoir une compréhension accrue des façons de « faire avec » un espace métropolitain de la part des touristes. Nous avons avancé comme point de départ l'idée que « faire avec de l'espace » ne va pas de soi, n'est pas évident, qui plus est quand un individu est dans une situation touristique, c'est-à-dire qu'il ne connaît pas, ou très peu, le lieu. Pour insister sur cette perspective, nous avons proposé de conceptualiser toute configuration urbaine comme un enchevêtrement d'*épreuves spatiales*, celles-ci correspondant aux problèmes de placement, de cheminement, de limitations et de gestion des distances auxquels sont confrontés de façon permanente les individus. Nous avons choisi d'adopter la perspective selon laquelle, pour faire avec ces épreuves spatiales, les individus mobilisent des compétences, entendues suivant la proposition de Wittgenstein qui évoque une « capacité à... » des individus et qui relève selon lui de l'ordre de la maîtrise de techniques (cela s'applique donc à l'ensemble des outils et équipements nécessaires à la réalisation d'une pratique, dont le corps en est le premier et l'ultime figure²⁸⁶). L'enquête a souligné de ce point de vue l'intérêt et l'efficacité d'une appréhension des manières de faire avec l'espace par le biais des « compétences ».

La nécessité d'une maîtrise (de) technique(s) a été particulièrement remarquable en ce qui concerne l'épreuve spatiale que constitue la gestion des distances, c'est-à-dire les arbitrages et l'utilisation des métriques. Nous avons ainsi pu constater qu'il n'est pas nécessaire – contrairement à l'ensemble des discours circulant sur ce lieu – d'avoir une voiture à Los Angeles : les métro-métriques permettent aussi aux touristes de réaliser leurs pratiques. L'une et l'autre (voiture et transports en commun) métrique ne sont pas discriminantes pour gérer les distances, à condition d'avoir les compétences pour exploiter pleinement leurs avantages respectifs. Inversement, on a pu se rendre compte que les touristes qui n'ont pas les compétences, qui ne maîtrisent pas ces différents moyens de transports, sont plus empruntés dans leur façon d'habiter

²⁸⁶ Le corps étant le premier instrument de l'individu si l'on reprend la perspective de Goffmann qui avance l'idée que « l'individu en tant que piéton peut être considéré comme un pilote enfilé dans une coque molle et peu protégée : ses vêtements et sa peau. » (Goffmann, 1973, p.22), les piétons devant employer des *techniques* pour éviter de se cogner les uns dans les autres (ibid.). Cette approche est à mettre en parallèle avec les réflexions de Marcel Mauss (1999) qui pose l'existence de « techniques du corps » et de Michel Foucault (2001) qui parle lui des « techniques de soi ».

touristiquement Los Angeles et s'inscrivent notamment dans des logiques de restriction des déplacements : le caractère pénalisant de l'absence de maîtrise de certaines techniques a pu être dégagé à de nombreuses reprises dans l'argumentation. Il en est de même pour l'épreuve du placement, envisagé dans cette enquête sous l'angle de l'hébergement. Sur cet aspect, nous avons pu remarquer que l'offre à Los Angeles est considérable et très diversifiée : il n'y a pas de « choix évident », chaque quartier propose des solutions d'hébergement pour tous les budgets, toutes ces localisations ont des caractéristiques différentes (avec des avantages et des inconvénients qui leur sont propres). L'enquête a permis de dégager comment un placement identique pouvait être considéré comme central et adéquat par les touristes aux compétences plutôt élevées, mais comme périphérique et handicapant par d'autres, ceux aux compétences les plus faibles. Si savoir « bien » (par rapport aux pratiques envisagées notamment) se placer est un enjeu, avoir la capacité de tirer profit de son placement (d'un placement, de n'importe quel placement) en est autre, beaucoup plus important. Les compétences que possèdent les individus constituent de ce point de vue un élément fondamental pour comprendre et discriminer les différentes manières d'habiter touristiquement une métropole.

Ainsi, pour déconstruire les différents mécanismes à l'œuvre, nous avons pris le parti d'examiner successivement et distinctement les épreuves spatiales : ce procédé a permis tout à la fois d'en donner une description détaillée et surtout d'examiner le plus minutieusement possible les différentes manières des touristes de les traiter. Pour les besoins de l'enquête, une décomposition a donc été opérée entre elles, en se rendant bien compte toutefois tout au long du texte qu'elles sont en réalité inextricablement liées. Une « analyse transversale » de ce problème aurait permis (on peut considérer ce point comme un limite de l'enquête) d'aller plus loin dans la réflexion en rendant visible de façon accrue cette imbrication, la manifestation simultanée, en tout cas successive, de ces épreuves spatiales au cours d'une pratique touristique. Nous aurions alors pu constater les liens étroits pour un individu entre la maîtrise des métriques, le caractère (plus ou moins) crucial du placement et la capacité à mettre en place un cheminement en accord avec son projet récréatif. Il est possible de saisir ce lien à travers l'épreuve du cheminement, qui inclut *de facto* la question du placement et de la gestion des distances. Si, dans un premier temps, et d'une façon un peu élémentaire, en forçant un peu le trait, les investigations empiriques tendent à dégager une certaine correspondance entre l'ampleur et la complexité (et donc le nombre de kilomètres effectués et les lieux pratiqués) des parcours et le capital spatial dont disposent les individus, il faut l'envisager selon une optique plus large. Une mauvaise décision ou des compétences plus faibles par rapport à une épreuve spatiale particulière peut être compensée par l'arbitrage effectué quant aux autres épreuves spatiales : en matière d'habiter, « l'ensemble est plus que la somme des parties » en quelque sorte.

De même, pour un touriste disposant de compétences élevées, un placement ne correspondant pas aux attentes, ne sera malgré tout pas pénalisant du fait d'une capacité élevée pour gérer les métriques et ne péjorera donc pas le cheminement. Inversement, un touriste qui ne maîtrise pas suffisamment par exemple les métriques, qui n'a pas les compétences nécessaires pour gérer de façon efficiente les distances entre les lieux, aura des possibilités de placement plus restreintes (un placement ne correspondant pas à ses attentes devenant un handicap presque rédhibitoire) et un cheminement beaucoup plus limité. On peut défendre l'idée que les compétences permettent d'exploiter l'espace au maximum, de mener au mieux possible la pratique souhaitée en jouant

avec les différentes épreuves spatiales en fonction de la situation, des intérêts et des pratiques : le capital spatial d'un individu lui assure une maîtrise de l'espace urbain.

Nous avons en effet inscrit ces compétences, ces maîtrises techniques, dans un raisonnement plus large en les faisant résulter du *capital spatial* possédé par un individu : la maîtrise passe par une pratique régulière, implique une habitude à utiliser les techniques, sous-entend une accumulation. Il a été possible de dégager certains points indiquant que cette accumulation d'expériences en terme de pratique des lieux – que l'on apprécie en prenant en compte l'habitude à faire avec l'autrui, les « lieux autres », tout autant que l'espace des pratiques quotidiennes –, concourt de façon importante à la manière d'habiter touristiquement Los Angeles. Nous avons apporté des éléments supplémentaires permettant d'étayer l'hypothèse que plus le capital spatial d'un individu sera élevé, plus ses compétences seront développées et moins le fait d'habiter un « lieu autre » sera problématique. Le traitement des « épreuves spatiales » en sera d'autant plus facilité et l'autonomie, pour mener à bien son projet récréatif et effectuer les pratiques souhaitées, plus importante. De cette façon, on peut défendre l'idée que les compétences procurent une maîtrise accrue de l'espace urbain, les individus pouvant faire avec la métropole de façon plus aisée, le capital spatial leur permettant de s'adapter à une situation donnée (en se servant de l'expérience des pratiques effectuées par le passé dans des situations comparables). Cela ne sous-entend pas, inversement, qu'à niveau de capital spatial équivalent, deux individus vont avoir les mêmes pratiques et développer des façons de faire avec l'espace identiques.

En effet, deux éléments supplémentaires sont à prendre en compte pour saisir les manières d'habiter touristiquement une métropole. Tout d'abord, il s'agit de ce qu'on a pu appeler ici les *ressources cognitives* de l'action, qui correspondent aux connaissances sur le lieu (notamment) que possède un individu. De ce point de vue, on peut considérer un guide touristique comme un véritable *stock* de ressources cognitives : c'est l'un des principaux moyens, pour un individu, d'acquérir des connaissances (*savoir* où aller, les lieux « dignes d'intérêts », les pratiques qu'il est possible d'effectuer) sur un lieu auquel il n'est pas habitué mais également d'avoir des renseignements en ce qui concerne les codes, les normes et les règles sociétales en vigueur dans la société et qu'il doit prendre en compte pour réaliser ses pratiques touristiques. Les compétences permettent de mettre en application, d'utiliser effectivement, ce savoir : le niveau de connaissances intervient de façon importante sur la manière d'habiter touristiquement une métropole, une carence pouvant péjorer fortement l'action *in situ* même pour un individu disposant d'un capital spatial élevé. Nous avons pu dégager combien ce type de support accompagnait les pratiques, en était le premier prescripteur : on peut faire l'hypothèse que les guides ont une influence sensible sur les pratiques touristiques. De ce point de vue, le fait que Los Angeles tienne très peu de place dans les guides sur la Californie (il en est de même dans les voyages organisés proposés par les tours opérateurs) peut expliquer les faibles informations que semblent posséder les touristes dans l'ensemble : les entretiens et les observations tendent à indiquer qu'un grand nombre d'entre eux ne savent pas exactement les pratiques qu'il est possible de réaliser à Los Angeles. Cela pourrait d'ailleurs être une raison de la pratique que l'on peut qualifier de « sélective » de cette métropole.

Nous rejoignons ainsi l'autre dimension à prendre évidemment en compte pour envisager les différentes manières d'habiter touristiquement un lieu : le « projet récréatif » au cœur de la

pratique. Il ressort distinctement que, pour la plupart des touristes, et notamment les non-américains, cette très grande (par sa taille mais également par sa réputation) agglomération, n'est qu'une petite étape d'un circuit californien plus vaste : l'intérêt (et la capacité d'étonnement, d'émerveillement) des touristes pour Los Angeles semble d'une certaine façon être inversement proportionnelle à l'ampleur des mythologies et de l'imaginaire entourant cet espace urbain. Pourtant, la dimension cinématographique est bien au cœur, de façon plus ou moins explicite, des principales pratiques touristiques : cela s'exprime à travers la visite des studios, et notamment de « Universal Studio » qui est régulièrement revenu dans les entretiens menés. Elle est également au fondement des lieux que l'ensemble des indicateurs tendent à présenter comme les deux principales nodalités touristiques de cette métropole : Santa Monica/Venice Beach et Hollywood. Elle se retrouve ainsi condensée dans le *Hollywood Sign* et le *walk of fame*, qui sont les symboles les plus visibles de cette sphère, mais aussi par la promenade bordant la large plage qui constitue l'un des décors favoris pour les productions audiovisuelles et donc un paysage très médiatisé au niveau mondial. La pratique touristique de Los Angeles est informée, imprégnée, par des images qui n'existent que de façon très ponctuelle, l'espace d'un cadrage²⁸⁷, mais qui ne traduisent pas la situation moyenne dont les individus peuvent faire l'expérience lors d'une pratique in situ. Cet espace urbain est continuellement habillé d'une mise en scène dont le décalage avec la situation effective peut déconcerter et décevoir les touristes. Los Angeles est un mythe non seulement inachevé (Ghorra-Gobin, 1997), mais également perdu, tout du moins introuvable.

Tous ces lieux se dégagent nettement (en terme de récurrence) dans le discours des touristes et semblent former les pôles majeurs du **Central Tourist District** – pour reprendre la formulation de Philippe Duhamel et Rémy Knafo (2007) – de Los Angeles. Inversement, et c'est un constat qu'il est possible d'établir à partir des entretiens mais également des observations, la plupart des touristes ne vont pas à Downtown, malgré une transformation importante du lieu dont nous avons donné une description dans l'introduction : ce quartier ne constitue pas encore un quartier où l'on peut constater la présence visible et significative des touristes. Peut-être les changements sont-ils encore trop récents, et la réputation de Los Angeles comme une métropole « sans centre » ou avec un centre délabré trop forte pour un investissement plus conséquent de la part des touristes. Parallèlement, la déambulation, la flânerie n'est pas une pratique très développée, même sur le *walk of fame* ou même sur l'*ocean front walk* : la plupart des touristes n'y passent que rapidement, sans faire l'ensemble de cette portion du Hollywood Boulevard ou de la promenade, et ne prêtent pas une attention particulière à l'ensemble des éléments (les bâtiments historiques par exemple) constituant le lieu. Les observations tendent à indiquer que les touristes ont une pratique très sélective de l'espace public. Cette caractéristique se remarque dans les fortes délimitations spatiales des lieux touristiques : les manières de faire avec l'espace de la part des touristes participent à alimenter une distinction élevée entre les lieux qu'ils pratiquent et l'espace urbain environnant. Plus largement, la découverte (au sens de l'exploration), classiquement considérée comme la modalité de récréation principale de la pratique touristique des métropoles, ne semble pas être au cœur de l'expérience d'un grand nombre de touristes à Los Angeles : ils ne correspondent pas de ce point de vue à des « consommateurs de la ville » mais semblent pratiquer relativement peu de lieux (et cela quel que soit le niveau de capital spatial), et ont seulement une expérience rapide de quelques éléments les plus emblématiques.

²⁸⁷ Tout cadrage constituant une véritable procédure de découpage spatial.

Ces différents éléments permettent d'affirmer que la pratique touristique de Los Angeles se différencie sensiblement de celles des autres métropoles. Parallèlement, certains indicateurs suggèrent la singularité (pour un lieu de ce type) également en ce qui concerne sa mise en tourisme : celle-ci ne se serait pas effectuée à travers un investissement d'un lieu déjà en place (comme c'est généralement le cas) mais aurait été l'un des premiers moteurs du processus d'urbanisation. Historiquement, Los Angeles aurait – cela reste une hypothèse étayée que seul un travail historique de profondeur permettrait de valider ou non – été construite au départ (au XIX^e siècle) sous l'angle de la dimension récréative, les promoteurs locaux orientant le développement urbain sur le contraste avec les métropoles fortement industrialisées de la Côte Est (aussi en vigueur en Europe) de l'époque. Ce cumul d'un fonctionnement (en tant qu'espace habité) particulier et d'une origine atypique de la dimension touristique étaye une autre proposition forte avancée par cette enquête : Los Angeles ne correspond pas au modèle classique de la métropole touristique. Pour prendre acte de cet écart au modèle, nous avons proposé la notion de *métropole touristique* afin de qualifier Los Angeles en tant que lieu touristique, cette formulation intégrant (étymologiquement) l'expression d'un dépassement de la ville, de son « au-delà ». Une définition possible (Lucas, 2011) de cette notion pourrait alors servir à qualifier toute aire urbaine à l'espace touristique réticulaire.

Ces différentes propositions sont à intégrer dans une réflexion plus large sur les effets des manières d'habiter touristiquement Los Angeles, sur son agencement urbain, réflexion qui constituait la seconde principale ambition de l'enquête. De ce point de vue, l'une des interprétations de cette manière très sélective, de la part des touristes, de faire avec l'espace serait de le considérer comme un indicateur que cet espace urbain ne se prête plus (si l'on accepte l'hypothèse que ça l'a été originellement) particulièrement à une pratique touristique métropolitaine. Cet aspect est lié avec la configuration spatiale de la métropole : même s'il ne correspond qu'à une partie limitée de l'agglomération, l'espace touristique est caractérisé par un étalement considérable, les types de lieux faisant usuellement l'objet de pratiques touristiques n'étant pas concentrés en un seul et même espace, mais sensiblement dispersés. Le caractère indéniablement hors du commun de cette situation, ajoutée à la prégnance de la métrique automobile, participe sans doute de limiter la propension des touristes à se laisser surprendre et n'incite pas à une manière d'habiter touristiquement la métropole « intensive », à effectuer un plus grand nombre de pratiques. Les déplacements, par exemple, semblent généralement moins correspondre à un moment de découverte de l'espace urbain qu'à un transport d'un lieu à un autre, avec l'instauration d'un « effet tunnel » en quelque sorte, où les avenues correspondent à des corridors indifférenciés. Il est possible d'avancer l'hypothèse sur ce point que les touristes (en tout cas les « non-américains ») n'ont pas la *capacité* à mettre en place une pratique touristique aléatoire de l'espace que permet la métrique automobile (s'arrêter devant un événement surprenant, un bâtiment original, un paysage particulier) : peu habitués à gérer touristiquement les distances entre les lieux de cette manière (cela s'effectue généralement par la marche ou les transports en commun au sein du centre-ville), la plupart des touristes ne réussiraient pas, d'une certaine façon, à exploiter pleinement la flexibilité qu'autorise cette métrique. De ce point de vue, on peut défendre l'idée que Los Angeles n'est pas une métropole évidente, facile d'accès, mais correspond au contraire à une situation métropolitaine à l'altérité élevée. Le « succès » de la

technologie spatiale spécifiquement touristique que constitue le circuit en bus/van auprès de touristes disposant déjà d'une voiture en est un indice important tout autant qu'un révélateur de la faiblesse des compétences d'un certain nombre d'individus pour faire avec l'espace par leurs propres moyens. L'ampleur des épreuves spatiales inhérente à l'urbanité de Los Angeles constitue une contrainte importante pour la plupart des touristes.

Nous pouvons dans un deuxième temps aborder ce problème du lien entre les pratiques touristiques et l'agencement urbain de Los Angeles à travers une relecture synthétique de la participation de la dimension touristique à l'évolution des différents critères retenus pour construire les « modèles d'urbanité » (cf. chapitre 2). La **compacité** n'est assurément pas un critère caractérisant l'espace touristique de Los Angeles. Ce dernier, s'il se limite essentiellement au « westside », ne correspond pas à un seul et même lieu, mais est composé de différents lieux dispersés sur une superficie très grande. L'espace touristique de cette métropole n'est pas topographique mais topologique, et repose sur un fonctionnement réticulaire. Du point de vue de la **densité**, les lieux pratiqués par les touristes sont ceux où l'on peut constater les plus fortes concentrations d'individus au sein de l'espace public. Ce sont également des lieux caractérisés par une densité du bâti plus importante, la dynamique actuelle étant celle du renforcement de cette densité. La dimension touristique participe ainsi, dans une certaine mesure, à dégager des « **polarités intra-urbaines** », tout du moins des *nodalités* (Soja, 2000). Un aspect qu'il n'a pas été possible d'exploiter pleinement est celui qui concerne le rôle du tourisme dans la mise en place d'une **société politique d'échelle urbaine** : il ressort des entretiens effectués auprès de responsables de différents CVB que les « petites municipalités touristiques » (Beverly Hills, West Hollywood, Santa Monica) proposent un discours insistant sur une logique de distinction (par rapport à la municipalité de Los Angeles), traduisant une volonté de défendre leurs intérêts respectifs, et non d'appuyer une vision d'ensemble promouvant les intérêts communs. Si le tourisme participe d'une **diversité des activités**, il renforce le « zoning » très important de l'aménagement urbain à Los Angeles, et ne développe aucunement la **co-présence habitat /emploi**. De même, les touristes ne contribuent pas à une **évaluation positive de l'ensemble des lieux urbains**, au contraire : l'expérience touristique se focalise sur quelques espaces et ignorent les autres, reprenant et réactualisant des discours sur la dangerosité de certains quartiers (dont Downtown). Si les lieux pratiqués par les touristes sont ceux où l'**espace public** est le plus mis en valeur et le plus pratiqué, il est possible d'avancer que la plupart des touristes exploitent très peu l'urbanité de cette métropole, n'ont pas d'intérêt pour le cadre bâti, les bâtiments historiques, la monumentalité architecturale : une majorité des touristes ne réalisent pas les pratiques qu'ils peuvent classiquement effectuer lors de leurs séjours métropolitains, la faible place au sein de l'expérience touristique accordée à la pratique de visiter un musée en étant un autre exemple. Cette proposition semble être confirmée si l'on envisage la question de **l'importance des métriques pédestres**. Il faut constater qu'une large majorité des touristes louent une voiture à Los Angeles. De ce point de vue le tourisme ne contribue pas vraiment à un développement des métro-métriques : la plupart des touristes utilisent la même métrique que la société locale pour gérer les distances. Sous cet angle, il y a une reproduction par les touristes de la manière de gérer les distances utilisée par les angelinos. Cette manière de faire peut tout d'abord se comprendre par le fait que Los Angeles fait partie intégrante, (au moins pour les touristes non américains) d'un circuit plus large à travers la Californie qui impose la location d'une voiture : Los Angeles en étant l'une des deux « portes d'entrée », les touristes décident de louer une voiture dès leur

arrivée. Mais cela n'explique pas l'utilisation de cette métrique pour découvrir Los Angeles (nous avons pu nous rendre compte que certains touristes utilisaient le moins possible leur voiture, alors que d'autres prévoyaient de prendre les transports en commun à San Francisco tout en ayant loué une voiture pour le tour de la Californie). Il est possible d'envisager cette manière de faire comme résultant d'une association systématique de cette métrique automobile avec Los Angeles, comme un réflexe, voire éventuellement une métrique « par défaut » (c'est ainsi qu'elle est présentée à travers les guides touristiques) : le système de transports en commun, et plus particulièrement le métro, ne serait pas suffisamment développé pour permettre une accessibilité suffisante. Nous avons pourtant pu constater, à travers les cas d'un certain nombre de touristes, qu'il était possible d'habiter touristiquement avec les transports en commun. Certains des principaux lieux touristiques (Hollywood, Universal Studio) sont desservis par le métro et les responsables des *Convention and Visitors Bureau* (CVB) de Beverly Hills et Santa Monica soutiennent les projets d'extensions des lignes de métro vers leurs municipalités²⁸⁸. Une dynamique de développement des métro-métriques est en cours, et il sera particulièrement intéressant d'observer à l'avenir si cela participe d'un changement des manières de gérer les distances de la part des touristes, voire même d'un changement du fonctionnement touristique de la métropole, si l'on additionne cette tendance avec la requalification de Downtown, c'est-à-dire si le « retour du centre » (i.e. sa reconfiguration à partir des infrastructures liées à la recreation) s'accompagne d'un « retour au centre » (c'est-à-dire une augmentation sensible de sa pratique, par les touristes notamment) qui rendrait effectif le *recreational turn* du lieu. De ce fait, si l'on reprend le schéma – établi à partir des « modèles d'urbanité » de Jacques Lévy (2003) – représentant le continuum de l'urbanité des métropoles (cf. infra, p.65), la dynamique urbaine de Los Angeles tendrait plutôt vers le modèle d'Amsterdam que vers celui de Johannesburg. Un certain nombre d'indicateurs tendent ainsi à indiquer une augmentation de l'urbanité de Los Angeles, notamment par des logiques récréatives, excepté, pour l'instant, les manières d'habiter des touristes. Ces derniers font avec l'espace selon une logique similaire à celle des angelinos, et non pas de façon plus urbaine.

Ce travail comporte un certain nombre de limites qui doivent être soulignées. Tout d'abord, si le nombre d'entretiens est relativement conséquent, on peut estimer que la diversité des touristes n'est elle pas suffisamment importante pour saisir pleinement les différentes manières d'habiter touristiquement Los Angeles. L'argumentation repose avant tout sur les discours de touristes européens et australiens, et relativement peu sur les témoignages de touristes états-uniens (qui sont pourtant les plus nombreux). Cela peut évidemment ressortir du protocole d'enquête et des manières de l'appliquer mais un autre élément d'explication de cette disproportion réside dans l'hypothèse que ces individus habitent « touristiquement » Los Angeles d'une autre manière, pratiquent des lieux différents. Les statistiques indiquent en effet qu'une très grande partie des visiteurs de Los Angeles résidant aux Etats-Unis sont de l'ouest américain (cf. chapitre 3) : cette aire urbaine, lieu le plus central de cette région, serait un espace plus familier pour eux, dont ils

²⁸⁸ Concernant les métriques pédestres stricto-sensu, être « à distance de marche » est l'un des éléments de justification qui est revenu souvent pour les touristes ayant choisi de se placer à proximité d'Hollywood et de Santa Monica, tout autant qu'il correspond à un élément central dans le discours tenu par les CVB des petites municipalités touristiques.

feraient l'expérience pour réaliser d'autres pratiques, sans doute plus routinières. Une hypothèse qui permet d'étayer cette perspective est celle que très peu de touristes américains semblent réaliser un tour de la Californie (à l'inverse des non américains). Le fait qu'il n'y ait presque pas non plus de touristes asiatiques (à part Sujin) tient sans doute d'un aspect linguistique, mais également du fait que ces derniers utilisent de façon importante, comme j'ai pu le saisir par différents recoupements lors de mes terrains, les voyages organisés (manière de faire qu'ils semblent utiliser encore majoritairement pour un grand nombre de pratiques touristiques). On peut toutefois considérer cette observation comme un indicateur en creux du fait que tous les individus ne sont pas capables d'habiter touristiquement Los Angeles par eux-mêmes.

L'absence d'une dimension comparative est un autre aspect limitant. L'agglomération de Los Angeles a été envisagée comme une situation paradigmatique, une configuration urbaine présentant des épreuves spatiales exacerbées : cela nous a permis de les appréhender sous différents angles, de déconstruire les manières de faire avec ces épreuves spatiales de la part des touristes et travailler le problème des compétences des individus. Et si différentes situations métropolitaines sont apparues en creux dans certains passages (quand les touristes faisaient référence à leurs manières de faire avec d'autres métropoles) ou si le cadre conceptuel et l'état de la question nous permettent de placer ce travail par rapport à d'autres cas – on peut se référer aux récents travaux effectués sur la dimension touristique des métropoles (Gérardot, 2009 ; Simon, 2010 ; Chapuis, 2012) –, s'interroger sur les pratiques des touristes dans d'autres métropoles, et plus largement dans d'autres types de lieux, reste indispensable pour approfondir les connaissances quant à l'implication du touristique au sein des modalités contemporaines de l'urbanisation.

Par rapport au lien tourisme/urbanité, l'enquête n'a pas envisagé l'ensemble des critères retenus pour définir les modèles d'urbanité (Lévy, 2003). Nous nous sommes en effet focalisés dans le cadre de cette recherche sur quelques critères seulement, ceux correspondant aux épreuves spatiales et directement concernés par les pratiques des touristes. On gagnerait à traiter de façon systématique les implications de la dimension touristique pour chacun des indicateurs retenus pour distinguer ces deux modèles, notamment à partir des hypothèses avancées dans cette recherche (cf. chapitre 2).

De nombreux points sont à développer à partir de là. Pour rebondir sur le raisonnement précédent, l'analyse du lien existant entre urbanisation et mise en tourisme, qui commence déjà à être bien documentée par un certain nombre de travaux (pour n'en citer que quelques-uns parmi les plus récents : Mit, 2005 ; Duhamel et Knafo, 2007 ; Coeffé, 2010 ; Stock et Lucas, 2012), mérite d'être poursuivie. Tout d'abord, l'investigation sur le problème que constitue la métropole touristique doit se poursuivre en envisageant d'autres situations. Cela permettrait de procéder à l'indispensable mise à l'épreuve de la notion de métropole touristique : y-a-t-il d'autres exemples de métropole dont l'espace touristique fonctionne de façon réticulaire ? A quels autres lieux ce terme pourrait-il s'appliquer ? Ensuite, cela pourrait consister en une investigation précise de l'urbanité d'autres lieux touristiques, notamment ceux de plus petite taille, toujours à partir de cette perspective de l'habiter : comment les individus font avec l'espace au sein de lieux plus restreints ? Dans une approche sur la question de l'habiter, la prise en compte de l'espace public

est centrale : nous avons avancé ici le constat d'une pratique (très) sélective de l'espace public par les touristes. La question qu'il conviendrait d'approfondir alors est de savoir s'il s'agit d'une particularité de Los Angeles (dûe à la configuration spatiale), ou si c'est une logique similaire à toutes les métropoles mais particulièrement visible et exacerbée ici. Plus largement, la pratique touristique ne semble pas reposée sur une volonté de faire l'expérience d'une métropole (d'où la non pratique de Downtown également) mais de seulement quelques éléments iconiques. On peut alors se poser la question de savoir si c'est bien un accès à une certaine centralité urbaine (Knafo, 2007) que les touristes recherchent lorsqu'ils pratiquent une métropole. Bien sûr, la présence de ces éléments iconiques au sein des métropoles s'explique précisément du fait de cette qualité d'espace particulière (qui cristallise l'accumulation du capital économique à travers le *spatial fix* dont parle David Harvey (1989)). Cela consisterait à travailler le rapport des touristes aux éléments plus ordinaires de l'urbanité métropolitaine (relatifs à la vie quotidienne, la foule urbaine des transports en commun ou des principales avenues) pour apprécier de façon précise leur place au sein des pratiques et réciproquement le rôle des pratiques touristiques quant à l'urbanité de la métropole.

L'intérêt a été placé spécifiquement sur les « touristes individuels » pour comprendre de quelle façon et dans quelle mesure leurs manières de faire avec de l'espace dépendaient de compétences. Les touristes se déplaçant dans le cadre des voyages organisés n'ont donc pas été considérés du fait même de leur importante prise en charge. Or, on peut envisager cette manière de faire comme une façon, pour un individu, de laisser un opérateur intermédiaire se charger de traiter les épreuves spatiales à sa place en contrepartie d'une délégation de son pouvoir décisionnel (il y a une perte d'autonomie en termes de pratiques). Le recours à cette véritable technologie spatiale correspond en ce sens à une « pratique assistée » de l'espace. Développer l'investigation empirique sur cette pratique en l'abordant sous l'angle des compétences permettrait d'enrichir l'analyse. Cela s'inscrirait par ailleurs au sein d'une investigation sur d'autres modalités que peuvent prendre les épreuves spatiales, à d'autres échelles et dans d'autres contextes. Un investissement empirique plus large de ce questionnement consisterait par exemple à travailler sur les « pratiques touristiques impossibles » pour envisager les types de lieux mais également les pratiques pour lesquels un individu estime ne pas avoir les capacités suffisantes.

Le problème des équipements des pratiques, notamment à travers la question de savoir comment les touristes utilisent les outils (à commencer par les guides) qui sont à leur disposition est une autre piste de recherche à exploiter. L'utilisation d'un guide relève d'une forme de compétence : il faut être capable de l'utiliser efficacement, de sélectionner les informations correspondant aux pratiques souhaitées. Loin d'être un aspect secondaire, futile, cela nous permettrait d'envisager en quelque sorte la façon dont les individus acquièrent des connaissances localisées, pour faire avec un espace qui ne leur est pas familier. D'autant plus que ces guides peuvent prendre une forme plus « participative », internet permettant d'avoir les avis d'autres touristes et constituer une certaine forme de « contre-pouvoir » important, augmentant l'autonomie des touristes par rapport aux opérateurs institutionnels. La place des outils numériques au sein des pratiques est aussi un aspect primordial qu'il est nécessaire de développer, les « smartphones » étant des médiateurs qui se sont très vite imposés, devenus très rapidement indispensables aux individus et les accompagnant dans leur pratique, leur permettant un accès « en direct » à de très nombreuses connaissances. Ces équipements embarqués font que l'individu est « connecté » de

façon permanente, et il convient tout à la fois d'apprécier aussi bien le rôle de ces outils au sein de la pratique que leur intervention quant à une possible modification du rapport à l'altérité et au hors-quotidien.

La conceptualisation et l'analyse empirique du « capital spatial » est le domaine qui retient le plus mon attention. Cette notion implique une idée d'accumulation : il est donc nécessaire de travailler sur les processus de formation, qu'il ne faut, là non plus, pas prendre pour garantis. Nous avons pu voir émerger explicitement dans le discours de certains touristes la mobilisation de ce capital spatial en tant que somme d'expériences, mais cela reste encore un point à développer plus finement : dans quelle mesure y-a-t-il véritablement une accumulation des pratiques passées au sein d'un capital spatial ? Cela nécessite d'investir la question de *l'apprentissage* des compétences : certains travaux (Löfgren, 1994 ; Bertho-Lavenir, 2000 ; Mit, 2002) ont déjà abordé cette question, mais essentiellement au niveau sociétal et générationnel. Il convient de développer ces recherches et surtout de se pencher sur cette question à l'échelle des individus. Quelles sont les modalités d'acquisition des compétences pour un individu ? Comment un individu est-il *dressé* (toujours pour utiliser le vocabulaire de Wittgenstein) pour faire avec l'espace ? De même, la question de l'articulation de ce capital spatial avec les autres types de capitaux (économiques, culturels, symboliques), de sa *fongibilité*, est à investir pleinement : il s'agirait notamment d'apprécier le rôle du capital économique et du capital culturel d'un individu dans ses manières (touristiques, mais pas seulement) d'habiter. Y-a-t-il une distinction significative des pratiques et des façons d'habiter touristiquement une même métropole en fonction du capital économique ou culturel ? D'une certaine façon il s'agit d'améliorer et d'épaissir la « traçabilité » des compétences individuelles, à la fois pour une pratique touristique particulière mais également sur le plus long terme, lors de ces différentes expériences touristiques. Reconstituer la « biographie spatiale » des individus reste un défi de connaissance à relever.

Bibliographie

- Alexander, E. et Mercer, B. (2009). *Postcard History Series : Venice*. Charleston, SC : Arcadia.
- Albarello, L. et al. (1995). *Pratiques et méthodes de recherche en sciences sociales*. Paris, France : A. Colin
- Amin, A. et Thrift, N. (2008). *Cities : Reimagining the Urban*. Cambridge, Royaume-Uni : Polity Press.
- Ascher, F. (2003). Métropolisation. Dans J. Lévy et M. Lussault (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés* (p. 612-615). Paris, France : Belin.
- Ascher, F. (1995). *Métapolis. L'avenir des villes*. Paris, France : Odile Jacob.
- Ashworth, G. et Page, S. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32 (1-15).
- Ashworth, G.J. et Tunbridge, J.E. (1990). *The Tourist-Historic City*. Londres, Royaume-Uni : Belhaven Press.
- Augoyard, J.-F. (1979). *Pas à pas : essai sur le cheminement quotidien en milieu urbain*. Paris, France : Seuil.
- Augustin, J.-P. (2001). Los Angeles : la fabrication d'une mégapole de loisirs. *Urbanisme*, 319, 69-72.
- Authier, J.-Y. (2001). *Du domicile à la ville : vivre en quartier ancien*. Paris, France : Anthropos.
- Axelrod, J.B.C. (2009). *Inventing Autopia: Dreams and Visions of the Modern Metropolis in Jazz Age Los Angeles*. Berkeley, CA : University of California Press.
- Baerenholdt, J.O., Haldrup, M., Larsen, J. et Urry, J. (2004). *Performing tourist places*. Aldershot, Royaume-Uni : Ashgate.
- Bailly, A. (1996). La ville, espace vécu. Dans D. Pumain, P.-H. Derycke et J.M. Huriot (dir.), *Penser la ville: théories et modèles* (p.163-172). Paris, France : Anthropos.
- Bailly, A. (1977). *La perception de l'espace urbain. Les concepts, les méthodes d'étude, leur utilisation dans la recherche géographique*. Paris, France : Centre de recherche d'urbanisme.
- Banham, R. (2008). *Los Angeles*. Paris, France : Parenthèses.
- Barron, S., Bernstein, S. et Fort, I.S. (dir.). (2000). *Reading California : Art, Image and Identity, 1900-2000*. Berkeley, CA : University of California Press.
- Baudrillard, J. (1986). *Amérique*. Paris, France : Grasset.
- Baur, J. (2010). *The Health Seekers of Southern California 1870-1900*. San Marino, CA : Huntington.
- Beaud, S. et Weber, F. (1998). *Guide de l'enquête de terrain*. Paris, France : La Découverte
- Bertho-Lavenir, C. (2000). *La roue et le stylo. Comment nous sommes devenus touristes*. Paris, France : Odile Jacob
- Bertrand, M.-J. (1978). *Pratique de la ville*. Paris, France : Masson.
- Boltanski, L. (1990). *L'amour et la justice comme compétences. Trois essais de sociologie de l'action*. Paris, France : Métailié.

- Boltanski, L. et Thévenot, L. (1991). *De la justification. Les économies de la grandeur*. Paris, France : Gallimard.
- Bottles, S.L. (1987). *Los Angeles and the Automobile. The Making of the Modern City*. Berkeley, CA : University of California Press.
- Boudreau, J.-A., Didier, S. et Hancock, C. (2004). Homogénéisation résidentielle et indépendance politique : de la sécession urbaine et autres incorporations à Los Angeles. *L'Espace géographique*, 33(2), 131-148.
- Bourdieu, P. (2000). *Esquisse d'une théorie de la pratique*. Paris, France : Seuil.
- Bourdieu, P. (1984). *Question de sociologie*. Paris, France : Minuit
- Bourdieu, P. (dir.). (1965). *Un art moyen. Essai sur les usages de la photographie*. Paris, France : Minuit.
- Bourdieu, P. et Wacquant, L. (1992). *Réponses. Pour une anthropologie réflexive*. Paris, France : Seuil.
- Cailly, L. (2008). Existe-t-il un mode d'habiter spécifiquement périurbain ? Récupéré le 10 octobre 2013 du site de la revue *EspacesTemps.net*, Textuel, <http://espacestemps.net/document5093.html>
- Cailly, L. (2007). Capital spatial, stratégies résidentielles et processus d'individualisation. *Annales de géographie*, 654, 169-187.
- Carter, H. (1997). *The Study of Urban Geography*. Londres, Royaume-Uni : E. Arnold.
- Castells, M. (1972). *La question urbaine*. Paris, France : Maspéro.
- Cazes, G. et Potier, F. (dir.). (1998). *Le tourisme et la ville : expériences européennes*. Paris, France : L'Harmattan.
- Ceriani-Sebregondi, G. (2003). Migrations internationales : vers un nouveau mode d'habiter ? *Travaux de l'Institut de Géographie de Reims*, 115-118, 59-74.
- Ceriani, G., Coéffé, V., Gay, J.-C., Knafo, R., Stock, M. et Violier, P. (2008). Conditions géographiques de l'individu contemporain. Une entrée par les mobilités touristiques. Récupéré le 10 octobre 2013 du site de la revue *EspacesTemps.net*, Textuel, <http://espacestemps.net/document4573.html>
- Ceriani, G., Duhamel, P., Knafo, R. et Stock, M. (2005). Le touriste et la rencontre de l'Autre. *Revue l'Autre*, 6(1), 71-82.
- Ceriani, G., Knafo, R., et Stock, M. (2004). Les compétences cachées du touriste. *Sciences Humaines*, 145, 28-31.
- Certeau, M. de (1990). *L'invention du quotidien 1. Arts de faire*. Paris, France : Gallimard.
- Chadefaud, M. (1988). *Aux origines du tourisme dans les pays de l'Adour, du mythe à l'espace : Un essai de géographie historique*. Pau, Université de Pau.
- Chapuis A. (2012). *Performances touristiques et production des identités spatiales individuelles à Amsterdam*. (Thèse de Doctorat de Géographie soutenue le 30 novembre 2012, non publiée). Paris, France : Université Paris 1/Panthéon Sorbonne.
- Chapuis, A. et Lucas, L. (2010). *Paris, Amsterdam, Los Angeles : guides touristiques et représentations de la métropole*. Communication au Colloque « Paris, Tourisme, Métropolisation », Paris, 24 et 25 juin 2010.
- Chauviré, C. (2002). Dispositions ou capacités ? La philosophie sociale de Wittgenstein. Dans C. Chauviré et A. Ogien (dir.), *La Régularité. Habitude, disposition et savoir-faire dans l'explication de l'action* (p. 25-48). Paris, France : Editions de l'EHESS.

- Chauviré, C. et Sackur, J. (2003). *Le vocabulaire de Wittgenstein*. Paris, France : Ellipses Marketing.
- Choay, F. (1994). Le règne de l'urbain et la mort de la ville. Dans J. Dethier et A. Guiheux (dir.), *La ville : art et architecture en Europe, 1873-1993*. (p. 26-35). Paris, France : Centre G. Pompidou.
- Clivaz C. et Lucas L. (2011). Les enjeux touristiques du développement durable de la ville. *Les Cahier Espaces*, 110, « Développement durable du tourisme en ville », 144-153.
- Clivaz, C., Nahrath, S. et Stock, M. (2011). Le développement des stations touristiques dans le champ touristique mondial. Dans Ph. Duhamel et B. Kadri (dir.), *Tourisme et mondialisation*. (p. 276-286). Paris, France : Espaces.
- Cocks, C. (2001). *Doing the Town. The Rise of Urban Tourism in the United States 1859-1915*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Coëffé, V. (2010). Le tourisme, fabrique d'urbanité : matériaux pour une théorie de l'urbain. *Mondes du tourisme*, 2, 57-69.
- Coëffé, V. (2007). L'urbanité cachée du rivage touristique. Dans Ph. Duhamel et R. Knafo (dir.), *Mondes urbains du tourisme* (p.246-256) Paris, France : Belin.
- Coleman, S. et Crang, M. (2002). *Tourism: Between Place and Performance*. New York, NY : Berghen Book.
- Cooper, C.P. (1981). Spatial and Temporal Patterns of Tourist Behavior. *Regional Studies*, 15, 359-371.
- Crang, M. (2005). Qualitative methods: there is nothing outside the text ? *Progress in Human Geography*, 29(2), 225-233.
- Crang, M. (2003). Qualitative methods: touchy, feely, look-see ? *Progress in Human Geography*, 27(4), 494-504.
- Crang, M. (2002). Qualitative methods: the new orthodoxy ? *Progress in Human Geography*, 26(5), 647-655.
- Crawford, M. (1995). Contesting the Public Realm : Struggles over Public Space in Los Angeles. *Journal of Architecture Education*, 49(1), 4-9.
- Crouch, D. (2004). Tourist Practices and Performances. Dans A.A. Lew, C.M. Hall et A.M. Williams (dir.) *A companion to tourism* (p. 85-95). Oxford, Royaume-Uni : Blackwell.
- Culver, L. (2010). *The Frontier of Leisure: Southern California and the Shaping of Modern America*. Cambridge : Oxford University Press.
- Dagorn, R. O. (2003). Métropole/Mégapole. Dans J. Lévy et M. Lussault (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés* (p. 609-612). Paris, France : Belin.
- Darbellay, F., Clivaz, C., Nahrath, S. et Stock, M. (2011). Approche interdisciplinaire du développement des stations touristiques. Le capital touristique comme concept opératoire. *Mondes du tourisme*, 4, 36-48.
- Davidson, R.A. et Entrikin, J.N. (2005). The Los Angeles Coast as A Public Space. *Geographical Review*, 95(4), 578-593.
- Davies, G. et Dwyer, C. (2010). Qualitative methods III : animating archives, artful interventions and online environments. *Progress in Human Geography*, 34(1), 88-97.
- Davies, G. et Dwyer, C. (2008). Qualitative methods II: minding the Gap. *Progress in Human Geography*, 32(1), 399-406.

- Davies, G. et Dwyer, C. (2007). Qualitative methods: are you enchanted or are you alienated ? *Progress in Human Geography*, 31(2), 257-266.
- Davis, C. (1992). From Oasis to Metropolis : Southern California and the Changing Context of American Leisure. *The Pacific Historical Review*, 61(3), 357-386.
- Davis, M. (1999). *Ecology of Fear: Los Angeles and the Imagination of Disaster*. New-York. NY : Vintage.
- Davis, M. (1990). *City of Quartz: Los Angeles, capitale du futur*. Paris, France : La Découverte et Syros.
- Davis, S.G. (1999). Landscapes of Imagination : Tourism in Southern California. *Pacific Historical Review*, 68(2), 173-191.
- Dear, M.J. (dir.). (2001). *From Chicago to L.A.: Making Sense of Urban Theory*. Thousand Oaks, CA : Sage.
- Dear, M. (2000). *The Postmodern Urban Condition*. Oxford, Royaume-Uni : Blackwell.
- Dear, M., Schockman, E. et Hise G. (1996). *Rethinking Los Angeles*. Thousand Oaks, CA : Sage.
- Dejbakhsh, S., Arrowsmith, C. et Jackson, M. (2011). Cultural Influence on Spatial Behaviour. *Tourism Geographies*, 13(1), 91-111.
- Devienne, E. (2010). Des plages dans la ville. Los Angeles et la réflexion sur la plage urbaine idéale. Récupéré le 10 octobre 2013 du site *La vie des idées* www.laviedesidees.fr/Des-plages-dans-la-ville.html
- Didier, S. (2000). *Une île dans la ville ? Invention, négociation et mise en pratique du modèle de ville Disney à Anaheim (californie), 1950-2000*. (Thèse de doctorat en Géographie, non publiée). Paris, France : Université Paris 1.
- Di Meo, G. (1995). Les métropoles des pays développés. Dans A. Bailly, R. Ferras, D. Pumain (dirs.), *Encyclopédie de la géographie*. (p. 715-730). Paris, France : Economica.
- Duhamel, P. (2007). Patrimoine et modernité : double logique de production et du renouvellement des villes touristiques. Dans Ph. Duhamel et R. Knafou (dir.), *Mondes urbains du tourisme* (p.297-307). Paris, France : Belin.
- Duhamel, P. (2007). *Tourisme et temps long. Essai pour une généalogie des lieux touristiques. Lecture et mise en perspective du cas français*. Habilitation à Diriger des Recherches, non publié. Angers, France : Université d'Angers.
- Duhamel, P. (2003). Au fondement du tourisme : Habiter autrement le Monde. *Travaux de l'Institut de Géographie de Reims*, 115-118, 75-90.
- Duhamel, P. et Knafou, R. (dir.). (2007). *Mondes urbains du tourisme*. Paris, France : Belin
- Duhamel, P. et Knafou, R. (2007a). Le rôle du tourisme dans la construction et le fonctionnement de la centralité parisienne. Dans T. Saint-Julien et R. Le Goix (dir.), *La métropole parisienne. Centralités, inégalités, proximités* (p. 39-64). Paris, France : Belin.
- Dumazedier, J. (1962). *Vers une civilisation du loisir ?* Paris, France : Seuil.
- Dumont, M. (2008). *La géographie : lire et comprendre les espaces habités*. Paris, France : A. Colin.
- Edwards, D., Griffin, T. et Hayllar, B. (2008). Urban Tourism Research : Developing an Agenda. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 1032-1052.
- Edensor, T. (2002). Performing tourism, staging tourism. (Re)producing tourist space and practice. *Tourist Studies*, 1(1), 59-81.

- Edgerton, R.B. (1979). *Alone Together : Social Order on an Urban Beach*. Berkeley, CA : University of California Press.
- Ehrenfeucht, R et Loukaitou-Sideris, A. (2007). Constructing the Sidewalks : Municipal Government and the Production of Public Space in Los Angeles, California, 1880-1920. *Journal of Historical Geography*, 33, 104-124.
- Ehrlich, B. et Dreir, P. (1999). The New Boston Discovers the Old. Tourism and the Struggle for a Livable City. Dans D.R. Judd et S.S. Fainstein (dir.), *The Tourist City* (p. 155-178). New Haven, CT : Yale University Press.
- Elias, N. (1998). *La société des individus*. Paris, France : Pocket.
- Equipe MIT. (2011). *Tourismes 3. La révolution durable*. Paris, France : Belin.
- Equipe MIT. (2005). *Tourismes 2. Moments de lieux*. Paris, France : Belin.
- Equipe MIT. (2002). *Tourismes 1. Lieux communs*. Paris, France : Belin.
- Fainstein, S. et Gladstone, D. (2001). Tourism in US Global Cities : A Comparison of New York and Los Angeles. *Journal of urban affairs*, 23(1), 23-40.
- Fishman, R. (1987). Los Angeles : Suburban Metropolis. Dans R. Fishman, *Bourgeois Utopias. The Rise and Fall of Suburbia*, New York, NY : Basic Books.
- Fogelson, R.M. (1993). *The Fragmented Metropolis : Los Angeles, 1850-1930*. Berkeley, CA : University of California Press.
- Fort- Jacques, T. (2007). Habiter, c'est mettre l'espace en commun. Dans T. Paquot, M. Lussault et C. Younes (dirs.). *Habiter, le propre de l'humain: Villes, territoires et philosophie*. Paris, France: Eds. La Découverte.
- Foucault, M. (2001). Qu'est-ce que les lumières ? Dans M. Foucault, *Dits et écrits, tome 2* (p. 1381-1397). Paris, France : Gallimard.
- Foucault, M. (2001). Les techniques de soi. Dans M. Foucault, *Dits et écrits, tome 2* (p. 1602-1632). Paris, France : Gallimard.
- Fouchier, V. (2007). La densité à l'échelle de l'Ile-de-France. Communication lors du *Rendez-vous de l'AFTRP du 16 octobre 2007 - Aménager en Ile de France: la densité urbaine en question*.
- Freytag, T. (2008). Making a Difference : Tourist Practices of Repeat Visitors in the City of Paris. *Social Geography Discussions*, 4, 1-25.
- Freytag, T. (2007). Städtetourismus in europäischen Grossstädten. *disP*, 169(2), 56-67.
- Fulton, W. (2001). *The Reluctant Metropolis. The Politics of Urban Growth in Los Angeles*. Baltimore, MD : Johns Hopkins University Press.
- Garreau, J. (1991). *Edge Cities : Life on the New Frontier*. New York, NY : Doubleday.
- Gérardot, M. (2009). *Tourisme et métropole. Analyser le lien entre tourisme, métropole, métropolisation et métropolité par le rythme. L'exemple de Paris*. (Thèse de doctorat en géographie, non publiée). Paris, France : Université Paris 1/Panthéon Sorbonne.
- Getz, D. (1993). Planning for Tourism Business District. *Annals of tourism research*, 20, 583-600.
- Ghorra-Gobin, C. (2010). Réformer la suburbia : Un éclairage sur le débat américain prônant la densité. *Urbanisme*, 370, 33-38
- Ghorra-Gobin, C. (2008). Interpréter Los Angeles. *Urbanisme*, 361, 37
- Ghorra-Gobin, C. (2006). La leçon de Los Angeles. *Urbanisme*, 348, 4

- Ghorra-Gobin, C. (2006). Los Angeles. Réinventer les espaces publics. *Urbanisme*, 346, 50-53
- Ghorra-Gobin, C. (2006). La réinvention des centres : Los Angeles. Dans S. Texier (dir.). *Voies Publiques : Histoires et Pratiques de l'Espace Public*. (p.234-237), Paris, France : Picard.
- Ghorra-Gobin, C. (2001). Comparer San Francisco et Los Angeles, *Hérodote*, 101, 76-96.
- Ghorra-Gobin, C. (2001). Les villes américaines à l'heure de la métropolisation. *L'information géographique*, 1, 1-17
- Ghorra-Gobin, C. (1998). De la ville à la civilisation urbaine: réflexion prospective sur l'urbanité à partir de Los Angeles. Dans J.C. Burdèse, *De la ville à la mégapole: essor ou déclin des villes au XXI^e siècle* (p. 93-98). Paris, France : Ministère de l'équipement des transports et du logement Direction de la recherche et des affaires scientifiques et techniques. Centre de prospective et de veille scientifique.
- Ghorra-Gobin, C. (1997). *Los Angeles. Le mythe américain inachevé*. Paris, France : CNRS.
- Ghorra-Gobin, C. (dir.). (2001). *Réinventer le sens de la ville. Les espaces publics à l'heure globale*. Paris, France : L' Harmattan.
- Ghorra-Gobin, C. et Azuelos, M. (2004). La Californie ou l'essence de la spécificité américaine: la sphère urbaine et la sphère économique. Dans A. Foucrier et A.Coppolani (dir.). *La Californie: périphérie ou laboratoire ?* (p. 115-136) Paris, France : L'Harmattan.
- Giuliano G. et Small K. (1991). Subcenters in the Los Angeles Region. *Regional Science and Urban Economics*, 21, 163-182.
- Gladstone, D. (1998). Tourism Urbanization in the United States. *Urban affairs review*, 34(1), 3-27.
- Gloor, A. (2006). *Los Angeles, un outil de compréhension de la ville post-moderne*. (Thèse de doctorat en Urbanisme, non publiée). Grenoble, France : Université Pierre Mendès France/Institut d'Urbanisme de Grenoble.
- Goffman, E. (1973). *La mise en scène de la vie quotidienne 2. Les relations en public*. Paris, France : Les Editions de Minuit.
- Gordon, P. et Richardson, H.W. (1996). Beyond Polycentricity : The Dispersed Metropolis, Los Angeles, 1970-1990. *Journal of the American Planning Association*, 62(3), 289-295.
- Gravari-Barbas, M. (2011). Le tourisme, un formidable producteur d'espaces urbains. Dans L. Cailly et M. Vanier (dir.), *La France, une géographie urbaine* (p. 325-366). Paris, France : Armand Colin.
- Grey, A. (1959). Los Angeles : urban prototype. *Land Economics*, 35(3), 232-242.
- Grendi, E. (1977). Microanalisi e storia sociale. in *Quaderni storici*, vol.35
- Halle, D. (dir.). (2003). *New York et Los Angeles. Politics, Society and Culture : a Comparative View*. Chicago, IL : The University of Chicago Press.
- Hannigan, J. (1999). *Fantasy City: Pleasure and Profit in the Postmodern Metropolis*. Londres, Royaume-Uni : Routledge.
- Harvey, D. (1989). *The Urban Experience*. Baltimore, MA : Johns Hopkins.
- Harvey, A. et Taylor M. (2000). Activity Settings and Travel Behavior : A Social Perspective. *Transportation*, 27, 53-73.
- Hay, I. (dir.). (2010). *Qualitative research methods in human geography*. Don Mills, Canada : Oxford University Press.

- Hayllar, B., Griffin, T. et Edwards, D. (2008). *City Spaces – Tourist Places : Urban Tourism Precincts*. Amsterdam, Pays-Bas : Elsevier.
- Heimann, J. et Starr, K. (2009). *Los Angeles. Portrait of a City*. Cologne, Allemagne : Taschen.
- Hise, G. (1997). *Magnetic Los Angeles : Planning the Twentieth-Century Metropolis*. Baltimore, MD : Johns Hopkins University Press.
- Hise, G. et Deverell, W. (2000). *Eden by Design : The 1930 Olmsted-Bartholomew Plan for the Los Angeles Region*. Berkeley, CA : University of California Press.
- Hoffman, L.M. (dir.). (2003). *Cities and Visitors: Regulating People, Markets, and City Space*. Malden, MA : Blackwell.
- Hoggart, K., Lees, L. et Davies, A. (2002). *Researching human geography*. Londres, Royaume-Uni : Arnold.
- Ioannides, D., Timothy, D.J. (2010). *Tourism in the USA. A spatial an social synthesis*. New York, NY : Routledge.
- Joseph, I. (1984). *Le passant considérable: essai sur la dispersion de l'espace public*. Paris, France : Librairie des méridiens.
- Joseph, I. (1998). *La ville sans qualités*. La Tour d'Aigues, France : éd. de l'Aube.
- Judd, D.R. (2003). *The Infrastructure of Play: Building the Tourist City*. Armonk, N.Y. : Sharpe.
- Judd D.R. (1999). Constructing the Tourist Bubble. Dans D.R. Judd et S.S. Fainstein (dir.), *The Tourist City* (p. 35-53). New Haven, CT : Yale University Press.
- Judd, D.R. (1995). Promoting Tourism in U.S. cities. *Tourism Management*, 16(3), 175-187.
- Judd, D.R. et Fainstein, S.S. (dir.). (1999). *The Tourist City*. New Haven, CT : Yale University Press.
- Knafou, R. (2007). L'urbain et le tourisme: une construction laborieuse. Dans P. Duhamel et R. Knafou (dir.), *Les mondes urbains du tourisme* (p. 9-21). Paris, France : Belin.
- Klein, N. (2008). *The History of Forgetting. Los Angeles and the Erasure of Memory*. Londres, Royaume-Uni : Verso.
- Knox, P.L. et McCarthy, L. (2012). *Urbanization: an introduction to urban geography*. Boston, MA: Pearson.
- Lahire, B. (1998). *L'homme pluriel. Les ressorts de l'action*. Paris, France : Fayard.
- Latour, B. (2006.) *Changer de société : refaire de la sociologie*. Paris, France : La Découverte.
- Lavadinho, S. et Winkin, Y. (2006). Les territoires du moi : aménagements matériels et symboliques de la marche urbaine. Actes du Colloque *Développement urbain durable*, Université de Lausanne. Récupéré le 10 octobre 2013 du site de l'Université de Genève http://www.unige.ch/ses/geo/oum/articles/Lausanne_SLYW_versionfinale.pdf
- Lavadinho, S., Winkin, Y. (2005). Quand les piétons saisissent la ville. Eléments pour une anthropologie de la marche appliquée à l'aménagement urbain. *MEI : media et information*, 21, 33-41.
- Law, C.M. (2002). *Urban Tourism : the Visitor Economy and the Growth of Large Cities*. Londres, Royaume-Uni : Continuum.
- Law, C.M. (dir.). (1996). *Tourism in Major Cities*. Londres, Royaume-Uni : Thomson International Business Press.

- Law, C.M. (1993). *Urban Tourism, Attracting Visitors to Large Cities*. Londres, Royaume-Uni : Mansell.
- Lazzarotti, O. (2006). *Habiter : la condition géographique*. Paris, France : Belin.
- Lee, H.J. et Joh, C.-H. (2010). Tourism Behaviour in Seoul : An Analysis of Tourism Activity Sequence using Multidimensional Sequence Alignments. *Tourism Geographies*, 12(4), 487-504.
- Lefebvre, H. (1974). *La production de l'espace*. Paris, France : Anthropos.
- Lefebvre, H. (1970). *La révolution urbaine*. Paris, France : Gallimard.
- Lefèvre, P. (2009). *Métropolisation et gouvernance urbaine : les dynamiques territoriales du nouveau régionalisme dans les agglomérations de Los Angeles et San Francisco*. Thèse de Doctorat de géographie et aménagement. Toulouse, France : Université Toulouse II Le Mirail. Récupéré le 10 octobre 2013 du site http://tel.archives-ouvertes.fr/docs/00/45/16/33/PDF/THESE_P.LEFEVRE.pdf
- Lefevre, C. (1984). Ou les tramways font la ville : Los Angeles. *Revue Annales de la recherche urbaine*, 21, 85-105.
- Le Goix, R. (2003). *Les « Gated Communities » aux Etats-Unis. Morceaux de villes ou territoires à part entière ?* (Thèse de Doctorat de géographie). Paris, France : Université Paris 1 / Panthéon Sorbonne. Récupéré le 10 octobre 2013 du site <http://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00004141/en/>
- Lépan, L. (2011). Métropole, mondialisation et tourisme ? Réflexion sur une typologie des métropoles mondiales. *Mondes du Tourisme*, Numéro spécial « Tourisme et Mondialisation », 254-266.
- Lévy, J. (2006). Notre urbaine condition. Récupéré le 10 octobre 2013 du site de la revue *EspacesTemps.net*, Textuel <http://espacestemps.net/document1895.html>
- Lévy, J. (2003). Capital spatial. Dans J. Lévy et M. Lussault (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés* (p. 124-126). Paris, France : Belin.
- Lévy, J. (2003). Urbain, modèle. Dans J. Lévy et M. Lussault (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés* (p. 952-956). Paris, France : Belin.
- Lévy, J. (2003). Ville. Dans J. Lévy et M. Lussault (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés* (p. 988-991). Paris, France : Belin.
- Lévy J. (2003), Métrique. Dans J. Lévy et M. Lussault (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*. (p.607-609). Paris, France : Belin.
- Lévy J. (2003). Espace public. Dans J. Lévy et M. Lussault (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*. (p.336-339). Paris, France : Belin.
- Lévy, J. (2003). Technique. in J. Lévy et M. Lussault (dirs.) *Dictionnaire de géographie et de l'espace des sociétés*, pp.893-895, Paris, France : Belin
- Lévy, J. (1999). *Le tournant géographique*. Paris, France : Belin.
- Lévy, J. (1994). *L'espace légitime : sur la dimension géographique de la fonction politique*. Paris, France : Presses de la Fondation nationale des sciences politiques.
- Lévy, J., Déloye, Y. et Haegel F. (1993). Espace intime, espace légitime ? Paris, l'urbain, l'urbanité. *Politix*, 6(21), 52-64.
- Lévy, J. et Stock, M. (2008). "Alteridentités": expositions à l'alterité et identité urbaine. Dans P.-M. Decoudras et J.-F. Staszak (dir), *Identité, altérité, paysage*. Paris, France : L'Harmattan.

- Limb, M. et Dwyer, C. (dir.) (2001). *Qualitative methodologies for geographers : issues and debates*. Londres, Royaume-Uni : Arnold.
- Löfgren, O. (1994). Learning to be a Tourist. *Ethnologia Scandinavica*, 24, 102-125.
- Longstreth R. (2000). *The Drive-in, the Supermarket and the Transformation of Commercial Space in Los Angeles, 1914-1941*. Boston, MA : Massassuchetts Institute of Technology.
- Lozato-Giotard, J.P. (2000). Grandes villes et logiques touristiques. Dans J.-P. Paulet (dir.), *Les très grandes villes dans le monde* (p.215-240). Paris, France : Sedes.
- Lucas, L. (2011). Los Angeles ou l'hypothèse de la métapole touristique. *Mondes du Tourisme*, Numéro spécial « Tourisme et Mondialisation », 244-253.
- Lussault, M. (2013). *L'avènement du monde. Essai sur l'habitation humaine de la Terre*. Paris, France : Seuil.
- Lussault, M. (2009a). *De la lutte des classes à la lutte des places*. Paris, France : Grasset.
- Lussault, M. (2007). *L'homme spatial : la construction sociale de l'espace humain*. Paris, France : Seuil.
- Lussault, M. (2003a). Agencement. Dans J. Lévy et M. Lussault (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés* (p. 45-47). Paris, France : Belin.
- Lussault, M. (2003b). Foucault, Michel. Dans J. Lévy et M. Lussault (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés* (p. 377-380). Paris, France : Belin.
- Lussault, M. (2003c). Spatialité. Dans J. Lévy et M. Lussault (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés* (p. 866-868). Paris, France : Belin.
- Lussault, M. (2003d). Urbain. Dans J. Lévy et M. Lussault (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés* (p. 949-951). Paris, France : Belin.
- Lussault, M. (2003e). Espace public. Dans J. Lévy et M. Lussault (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés* (p. 333-336). Paris, France : Belin.
- Lussault, M. (2000). « Actions ! ». Dans J. Lévy et M. Lussault (dir.), *Logiques de l'espace, esprit des lieux. Géographies à Cerisy*. (p. 11-36) Paris, France : Belin.
- Lussault, M. et Stock, M. (2010). Doing with Space : Towards a Pragmatics of Space. *Social Geography*, 5(1), 11-19.
- Lussault, M. et Stock, M. (2007). Tourisme et urbanité. Dans P. Duhamel, et R. Knafo (dir.), *Les mondes urbains du tourisme*. (p. 241-245). Paris, France : Belin.
- Lynch, K. (1969). *L'image de la cité*. Paris, France : Dunod.
- MacCannell, D. (1976). *The Tourist. A New Theory of the Leisure Class*. New York, NY : Schocken.
- Maitland, R. (2008). Tous touristes. Quels enjeux pour les villes ? in *Archilab: European Strategic Architecture. Exhibition Catalogue*. Akbar O (dir.) Bauhaus Dessau, 160-161.
- Maitland, R. et Newman, P. (2009). *World Tourism Cities : Developing Tourism off the Beaten Track*. Londres, Royaume-Uni : Routledge.
- Mangin, C. (2001). D'Angelinopolis à Postmetropolis, ou l'exception devenant paradigme : un modèle pour la ville mondiale ? *Mappemonde*, 61, 5-8.
- Marchand, B. (1987). L'émergence de Los Angeles (1940-1970) : croissance spatiale, rente foncière et ségrégation sociale. *Annales de Géographie*, 96(538), 711-724.
- Marchand, B. et Scott, A. (1991). Los Angeles en 1990: une nouvelle capitale mondiale. *Annales de Géographie*, 560, 406-426.

- Mauss, M. (1999). *Sociologie et anthropologie*. Paris, France : Presses Universitaires Françaises.
- McFarlane, C. (2011). The city as assemblage : dwelling and urban space. *Environment and Planning D : Society and Space*, 29, 649-671.
- McKercher, B. et Lau, G. (2008). Movement Patterns of Tourists within a Destination. *Tourism Geographies*, 10(3), 355-374.
- McKercher, B., Shoval, N., Ng, E. et Birenboim, A. (2012). First and Repeat Visitor Behaviour: GPS Tracking and GIS Analysis in Hong Kong. *Tourism Geographies*, 14(1), 147-161.
- McWilliams, C. (1980). *Southern California: An Island on the Land*. Santa Barbara, CA : Peregrine Smith Books.
- Mongin, O. (2007). *La condition urbaine: la ville à l'heure de la mondialisation*. Paris, France : Seuil.
- Monnet, J. (2000). Les dimensions symboliques de la centralité. *Cahiers de Géographie du Québec*, 44, (123), 399-418.
- Monnet, J. (1999). Images de l'espace à Los Angeles : éléments de géographie cognitive et vernaculaire. *Culture et Ville*, 99, Montréal, Canada : INRS-Urbanisation.
- Monnet, J. et Leriche, F. (2001). Los Angeles: l'industrialisation de l'image et de la culture. Dans G. Jalabert (dir.), *Portraits de grandes villes* (p.51-72). Paris, France : PUM.
- Montgomery, J. (2004). Cultural quarters as mechanisms for urban regeneration. Part 2: A review of four cultural quarters in UK, Ireland and Australia *Planning, Practice and Research*, 19, 3-31.
- Montgomery, J. (2003). Cultural quarters as mechanisms for urban regeneration. Part 1: Conceptualising cultural quarters. *Planning, Practice and Research*, 18, 293-306.
- Moriconi-Ebrard, F. (2003). *De Babylone a Tokyo*. Paris, France : Ophrys.
- Mullins, P. (1991). Tourism Urbanization. *International journal of urban and regional research*, 15(3), 326-342.
- Murphy, P. (1992). Urban Tourism and Visitor Behavior. *American Behavioral Scientist*, 36, 200-211.
- Olivier de Sardan, J.-P. (1995). La politique du terrain. Dans J.C. Passeron et al. (dir.), *Les terrains de l'enquête*. n°1, Paris, France : Eds. Parenthèses.
- Pacione, M. (2005). *Urban geography*. Londres, Royaume-Uni : Routledge (2nd ed.).
- Page, S. (1995). *Urban Tourism*. Londres, Royaume-Uni : Routledge.
- Page, S. J., Hall, M. C. (2003). *Managing Urban Tourism*. Harlow, Royaume-Uni : Prentice Hall.
- Paquot, T., Lussault, M., et Younes, C. (dirs.). (2007). *Habiter, le propre de l'humain: Villes, territoires et philosophie*. Paris, France: Eds. La Découverte.
- Pearce, D. (1998). Tourist districts in Paris: structure and functions. *Tourism Management*, 19(1), 49-65.
- Pearce, P. L. (2005). *Tourist Behaviour : Themes and Conceptual Schemes*. Clevedon, Royaume-Uni : Channel View.
- Peretz, H. (2007). *Les méthodes en sociologie. L'observation*. Paris, France : La Découverte.
- Pettersson, R. et Zillinger, M. (2011). Time and Space in Event Behaviour : Tracking Visitors by GPS. *Tourism Geographies*, 13(1), 1-20.
- Phillips, C. (2008). *Early Pasadena*. Charleston, SC : Arcadia.
- Pons, P.O. (2003). Being-on-Holiday: Tourist Dwelling, Bodies and Place. *Tourist Studies*, 3(1), 47-66.

- Quivy, R. et Van Campenhoudt, L. (2006). *Manuel de recherche en sciences sociales*. Paris, France : Dunod.
- Roncayolo, M. et al. (2003). *De la ville et du citoyen*. Marseille, France : Parenthèses.
- Rothman, H. (2000). *Devil's Bargains: Tourism in the Twentieth-Century American West*. Lawrence, KA : University Press of Kansas.
- Salvador, J. (1999). *Méthodes de recherche en sciences soci humaines. Exploration critique des techniques*. Paris, France : Presses Universitaires de France.
- Scott, A.J. (2005). *On Hollywood. The Place, The Industry*. Princeton, NJ : Princeton University Press.
- Scott, A.J. (2002). A New Map of Hollywood : The Production and Distribution of American Motion Pictures. *Regional Studies*, 36(9), 957-975.
- Scott, A.J. (2000). *The Cultural Economy of Cities*. Londres, Royaume-Uni : Sage.
- Selby, M. (2004). *Understanding Urban Tourism : Image, Culture and Experience*. Londres, Royaume-Uni : I. B. Tauris.
- Serres, M. (2012). *Petites poucettes*. Paris, France : Le Pommier
- Shaw, G., Agarwal S., Bull P. (2000). Tourism Consumption and Tourism Behavior: A British Perspective. *Tourism Geographies*, 2, 264-289.
- Shoval, N. et Issacson, M. (2007). Tracking Tourists in the Digital Age. *Annals of Tourism Research*, 34(1), 141-159.
- Simon, G. (2010). *Pratiques touristiques dans la métropole parisienne. Une analyse des mouvements intra-urbains*. (Thèse de doctorat en sociologie, non publiée). Paris, France : Université Paris-Est.
- Sitton, T. et Deverell, W. (2001). *Metropolis in the Making. Los Angeles in the 1920s*. Berkeley, CA : University of California Press.
- Sloane, D. C. (dir.). (2012). *Planning Los Angeles*. Chicago, IL : APA Planners
- Soane, J. (1993). *Fashionable Resort Regions: Their Evolution and Transformation: with particular reference to Bournemouth, Nice, Los Angeles and Wiesbaden*. CABI.
- Soja, E. (2004). Le temps des nodalités post-métropolitaines. Dans S. Allemand, F. Ascher et J. Lévy (dir.), *Les sens du mouvement* (p. 175-181). Paris, France : Belin.
- Soja, E. (2000). *Postmetropolis: Critical Studies of Cities and Regions*. Malden, MA : Blackwell.
- Spirou, C. (2011). *Urban Tourism and Urban Change*. New York, NY : Routledge.
- Stansfield, C. et Rickert, J. (1970). The Recreationnal Business District. *Journal of leisure research*, 2, 213-225.
- Stanton, J. (1987). *Venice of America: Coney Island of the Pacific*. Los Angeles, CA : Donahue Pub Co.
- Starr, K. (2004). *Coast of Dreams, A History of Contemporary California*. Londres, Royaume-Uni : Penguin Books.
- Stock, M. (2012). Faire avec de l'espace. Dans B. Frelat-Kahn et O. Lazzarotti, *Habiter vers un nouveau concept ?* (p. 57-75). Paris, France : Armand Colin.
- Stock, M. (2009). Habiter et mobilité géographique. Un problème sociétal". Dans Ch. Delory-Momberger (dir.), *Le sujet dans la cité. Insertion et territoires solidaires*. Nantes, France: Plein Feux.
- Stock, M. (2007). European Cities: Towards a Recreational Turn ? *Hagar. Studies in Culture, Polity and Identities*, 7(1), 115-134.

- Stock, M. (2007a). Habiter touristiquement la ville. Dans P. Duhamel et R. Knafo (dir.), *Les mondes urbains du tourisme* (p. 25-29). Paris, France : Belin.
- Stock, M. (2007b). Théorie de l'Habiter. Questionnements. Dans M. Lussault, T. Paquot T. et C. Younès (dir.), *Habiter, le propre de l'humain*. (p. 103-125). Paris, France : La découverte
- Stock, M. (2006). L'hypothèse de l'habiter poly-topique: pratiquer les lieux géographiques dans les sociétés à individus mobiles. Récupéré le 10 octobre 2013 du site de la revue *EspacesTemps.net*, Textuel espacestemps.net/document1853.html
- Stock, M. (2005). Habiter dans les sociétés à individus mobiles: l'exemple des pratiques touristiques. Récupéré le 10 octobre 2013 du site de la revue *EspacesTemps.net*, Textuel www.espacestemps.net/document1353.html
- Stock, M. (2004). L'habiter comme pratique des lieux. Récupéré le 10 octobre 2013 du site de la revue *EspacesTemps.net*, Textuel www.espacestemps.net/document1138.html
- Stock, M. (2001). *Mobilités géographiques et pratiques des lieux. Étude théorico-empirique à travers deux lieux touristiques anciennement constitués : Brighton and Hove (Royaume-Uni) et Garmisch-Partenkirchen (Allemagne)*. (Thèse de doctorat en géographie, non publiée). Paris, France : Université de Paris VII-Denis Diderot.
- Stock, M. (coord.) et al. (2003). *Tourisme : acteurs, lieux et enjeux*. Paris, France : Belin.
- Stock, M. et Lucas L. (2012). La double révolution urbaine du tourisme. *Espaces et Sociétés*, 151, 15-30.
- Stock, M., Ruzicka-Rossier M., Lettissier F. et Lévy J. (2009). *Mobilité individuelle et espace urbain*. Rapport de recherche pour le Fonds national de la recherche scientifique, non publié.
- Shurmer-Smith, P. (dir.) (2002). *Doing cultural geography*. Londres, Royaume-Uni : Sage.
- Suvantola, J. (2002). *Tourist's experience of place*. Aldershot, Royaume-Uni : Ashgate.
- Taylor, P. (2002). Measurement of the World City Network. *Urban Studies*, 39(13), 2367-2376.
- Taylor, P. (2001). Urban Hinterworlds: Geographies of Corporate Service Provision under Conditions of Contemporary Globalization. *Geography*, 86(1), 51-60.
- Toussaint, J.-Y. (2009). Usages et techniques. Dans J.-M. Stébé et H. Marchal, *Traité sur la ville* (p. 461-512). Paris, France : PUF.
- Tsaur, S.H., Yen, C.-H. et Chen C.L. (2010). Independent Tourist Knowledge and Skills. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 1035-1054.
- Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*. Londres, Royaume-Uni : Sage.
- Van Den Berg, L., Van Der Borg, J. et Van Der Meer, J. (1998). *Urban Tourism: Performance and Strategies in Eight European cities*. Avebury : Ashgate.
- Vincent, J. (2006). De la répulsion à la spéculation. La transformation du foncier littoral en Bretagne-Sud et en Vendée (1800-1939). *Annales de Bretagne et des Pays de l'Ouest*, 113(4), 35-48.
- Wachs, M. (2008). Forme urbaine, réseaux et planification. *Urbanisme*, 361.
- Wallach, R., McCann, L., Taube, D., Zachary, C. et Roseman, C. (2008). *Historic Hotels of Los Angeles and Hollywood*. Charleston, SC : Arcadia.
- Webber, M. (1996). *L'urbain sans lieu ni bornes*. La Tour d'Aigues, France : éd de l'Aube.

- Weinstein, R. (1996). The First American City. Dans A. Scott et E. Soja (dir.), *The City. Los Angeles and Urban Theory at the End of the 20th Century* (p. 22-46). Berkeley, CA : University of California Press.
- Werlen, B. (1993). *Society, Action and Space: An Alternative Human Geography*. New York, NY : Routledge.
- Winkin, Y. (2001). *Anthropologie de la communication: de la théorie au terrain*. Paris, France : De Boeck et Larcier/Seuil.
- Wirth, L. (2004). Le phénomène urbain comme mode de vie. Dans Y. Grafmeyer et I. Joseph (dir.), *L'école de Chicago. Naissance de l'écologie urbaine* (p.255-280). Paris, France : Flammarion.
- Wittgenstein, L. (1984). *Remarques philosophiques*. Paris, France : Gallimard.
- Wittgenstein, L. (1961). *Tractatus logico-philosophicus (suivi de investigations philosophiques)*. Paris, France : Gallimard.

Annexes

Notices descriptives des touristes

Les quelques pages suivantes servent à proposer une présentation rapide des touristes dont le discours est utilisé de façon récurrente, ceux correspondant aux principaux entretiens. Ce n'est donc pas l'ensemble des touristes interrogés dans le cadre de l'enquête qui sont présentés ici, mais ceux distingués dans la partie méthodologique.

Leur description se focalise sur les éléments qui ont permis d'apprécier leur niveau de « capital spatial » : en raison des conditions d'entretiens souvent « précaires » et « urgentes » (cf. chapitre 4) il s'agit en quelque sorte d'une reconstitution, d'une évaluation effectuée par le recoupement de différents indices lors de l'entretien. Certains éléments avancés sont des informations recueillies juste avant ou juste après l'entretien (dans le cadre de la phase d'approche par exemple), éventuellement de façon ultérieure à l'entretien (pour les rares touristes avec qui je suis resté en contact). Ce seul aspect de l'évaluation plus précise du capital spatial mériterait un traitement approfondi : sa prise en compte de façon systématique correspond bien dans ce sens à une perspective de recherche (cf. conclusion). Pour cette raison, il ne m'a pas semblé pertinent de livrer « brut » les retranscriptions des entretiens – cela aurait été fastidieux pour le lecteur et inefficace, mais plutôt de proposer de brèves notices, en sélectionnant les informations les plus utiles, en donnant certains éléments permettant de contextualiser davantage l'individu, les conditions de l'entretien, etc. Ainsi seront apportés des indications permettant d'avoir une meilleure idée de « qui » sont les individus avec lesquels je me suis entretenu, sans toutefois entreprendre le travail biographique qui, permettant une lecture fine de cet aspect, correspond à une perspective de recherche.

Nous pouvons entendre synthétiquement le capital spatial comme la somme d'« expériences en terme de pratique de lieux ». Cela atteste d'une façon certaine d'une habitude que peut avoir un individu à gérer l'altérité, les lieux autres. Cette habitude est importante dans la mesure où elle participe de la maîtrise technique correspondant aux compétences. Comme avancé dans le cadre conceptuel (cf. chapitre 2) on peut apprécier trois principaux aspects pour estimer le capital spatial : i) l'habitude de pratiquer des lieux autres, ii) la configuration spatiale du quotidien (qui permet d'envisager l'altérité du lieu de la pratique temporaire et la iii) familiarité par rapport au contexte sociétal de la pratique (la connaissance des normes, codes, *règles*, etc. en vigueur).

Il ne faut aucunement voir dans cette proposition d'appréciation un jugement de valeur (il n'y a pas de « bien » ou de « mal »), mais seulement une façon possible d'appréhender différents types de rapport à l'espace : dans un sens, cela consiste à relever différents gradients pour positionner les individus sur un continuum de mobilité, entre ceux qui se déplacent le plus et ceux qui ont un mode de vie plus « sédentaire ». La faiblesse supposée du capital spatial pourrait exprimer le fait que les individus n'ont pas eu la possibilité de le développer (soit parce qu'il s'agit de jeunes adultes, soit faute de moyens financiers), ou n'en ont pas eu l'envie. Il s'agit d'une estimation permettant de disposer d'une clé de lecture afin de comprendre les manières différenciées de faire avec de l'espace.

Joseph (« et ses amis »)

La rencontre avec ce groupe de cinq jeunes (environ 24 ans) hommes se déroule à l'heure du déjeuner, au « McDo » d'Hollywood. Originaires de la région parisienne, ils résident pour une année à Chicago dans le cadre de leurs études universitaires. Leur familiarité avec le contexte culturel américain est alimenté par le fait que certains d'entre eux ont passé leur permis de conduire à Chicago, même s'ils n'ont pas l'habitude d'utiliser leur véhicule au quotidien. Ils ont un van à Los Angeles. Ils disposent de capitaux économique (ils indiquent avoir « flambé » à Las Vegas), culturel (qui s'exprime, au-delà de leur niveau éducatif, dans l'entretien par leur intérêt pour les musées par exemple) et spatial (ils ont effectué des pratiques touristiques sur différents continents, comme j'ai pu le constater sur la page facebook de certains d'entre eux) que l'on peut considérer comme élevés.

Jérôme

Jérôme a 30 ans et réside à Sion. Il a effectué un voyage en Californie avec sa femme l'année précédant l'entretien. Il dispose d'un capital économique confortable (qui lui permet d'opter pour des hôtels d'un certain standing) et d'un capital culturel tourné vers la musique (qui est à l'origine de sa pratique du Hollywood Bowl, pour écouter un concert de musique classique). Il semble avoir peu l'habitude de voyager à l'étranger, même au niveau européen : le séjour californien sort véritablement de l'ordinaire.

Marc & Amélie

Marc a 35 ans et réside à Genève, Amélie à 22 ans et vit à Lausanne. Ils font un tour de la Californie avec une autre amie. Abordés dans la matinée à l'un des Starbucks situés sur le Walk of fame, l'entretien se déroule un peu plus tard, à l'Hotel Roosevelt, toujours sur Hollywood Bd. Ils ont un capital économique relativement confortable et leurs niveaux d'expériences touristiques sont disparates mais relativement importants, principalement sur le continent européen, mais également en Asie.

Carla & Joannie

Ces deux jeunes (20 ans) canadiennes résident à Montréal. L'entretien se déroule sur la terrasse d'un café, sur le walk of fame à Hollywood. Elles ont un capital économique plutôt faible (elles ont choisi une auberge de jeunesse), et un capital spatial qui l'est tout autant : il s'agit de leur premier voyage « seules », et même la première fois qu'elles prennent l'avion. Si elles ont le permis canadien, elles n'ont pas l'âge légal pour louer une voiture à Los Angeles.

Linda

L'entretien se déroule dans le bus qui nous conduit à Las Vegas. Elle a 30 ans, est journaliste, vit à Paris et est à Los Angeles dans le cadre d'un séjour linguistique qui doit durer un peu moins de deux mois. Elle dispose d'un capital culturel élevé, d'un capital économique moyen et d'un capital spatial plutôt faible : c'est la première fois qu'elle se rend aux Etats-Unis. Elle n'a pas le permis de conduire, et privilégie une pratique de Los Angeles très locale : elle préfère passer ses journées à flâner à Santa Monica, où elle réside, que découvrir les différents quartiers de la métropole.

Jean

Il s'agit du dernier entretien, sans doute le plus complet (pendant la dernière phase de rédaction, la réflexion la plus aboutie). Jean travaille à Sion (l'entretien se déroule dans son bureau) et réside à proximité. Il a 47 ans, est cadre supérieur, et a effectué un circuit californien avec sa femme et ses deux filles (14 et 17 ans) quelques semaines avant l'entretien. Il dispose d'un capital économique élevé (hôtel de haut standing), d'un capital culturel élevé et d'un capital spatial très important (avec des expériences touristiques nombreuses et variées), qu'il mobilise de façon particulièrement explicite et développée à différentes reprises lors de l'entretien, pour justifier par exemple la facilité et le plaisir qu'il a à conduire à Los Angeles (« J'ai conduit une fois à Palerme... Quand on a conduit une fois en Sicile, c'est bon ! ») ou pour apprécier la taille de Los Angeles (« Ce n'est pas que ça dérange, mais... en ville, honnêtement... à Paris, à Londres, à Berlin, à Munich, à Barcelone, à Rome, à Florence, à Milan... toutes les grandes métropoles... à Moscou, ... là on a été à New York aussi... c'est des très grandes villes, c'est des très grandes métropoles, mais on est dans des choses où l'on peut se déplacer par soi-même »). Cette aisance pour faire avec l'espace, issue de son capital spatial, n'implique cependant pas une pratique très importante de la métropole, au contraire : pour lui, en définitive, « c'était plus logistique qu'autre chose Los Angeles », c'était une « étape fonctionnelle ».

Cathy

Cette touriste de 27 ans réside à Brisbane (Australie) et travaille pour l'administration locale. L'entretien s'effectue au Motel 6 d'Hollywood, lieu de son placement durant son séjour à Los Angeles qu'elle effectue avec deux amies, les parcs d'attractions étant au cœur de leur pratique. Elles ne font pas un véritable tour de la Californie, mais comptent visiter uniquement San Francisco et Las Vegas, où elles doivent se rendre par avion. Par rapport à ses déplacements, Cathy utilise notamment des navettes privées, et indique ne pas vouloir conduire parce qu'elle le fait trop dans son quotidien : on peut également supposer que l'altérité de la conduite inversée intervient dans cet arbitrage. Leur capital économique et spatial peuvent être considérés comme moyens (elles ne semblent pas avoir l'habitude de voyager en dehors de l'Australie).

Randle

Cet homme de 35 ans réside à Dallas. S'il est à Los Angeles pour son travail (dans l'informatique), il effectue des pratiques récréatives, l'entretien se déroulant sur la passerelle, à Hollywood (alors qu'il y est pourtant déjà venu plusieurs fois auparavant). Il a l'habitude de pratiquer les métropoles américaines, et ce n'est assurément pas un problème pour lui de conduire à Los Angeles (tout comme cela n'en est pas un de prendre le métro à New York).

Pierre & Fabienne

Il s'agit d'un couple de touristes belges (résidant à Liège mais travaillant à Bruxelles) qui a la cinquantaine. L'entretien se déroule au Motel 6 à Hollywood, à l'heure du dîner. Ils disposent d'un capital spatial élevé (avec des pratiques touristiques essentiellement en Europe quand leurs enfants étaient jeunes et depuis quelques années sur d'autres continents). Ils ont réalisé l'année précédente un tour de l'est américain, avec New York et Washington comme principaux lieux, cette expérience leur servant pour le séjour californien. S'ils ont prévu de louer une voiture pour effectuer leur séjour en Californie, ils n'en ont pas à Los Angeles (tout comme à San Francisco) : l'utilisation des transports en commun est facile pour eux tout comme la pratique de l'espace public et la gestion de l'altérité. Ils ont un capital économique confortable et un capital culturel important (pour l'art, l'architecture...). La visite des musées n'est cependant pas au cœur de leur pratique touristique : il s'agit pour eux de découvrir « exhaustivement » la métropole, ses différents quartiers, des habitants (cela pouvant s'inscrire dans un vague projet d'installation en Californie pour leur retraite).

Almorena & Alberto

C'est un couple de 25 ans, résidant respectivement à Bilbao et Madrid. L'interview se déroule au Motel 6 à Hollywood ; Ils ont un capital économique confortable (il est professeur de tennis), mais un nombre d'expériences touristiques encore faible, ayant eu lieu surtout en Espagne : on peut estimer qu'ils ont un capital spatial moyen, d'autant plus qu'il s'agit de leur premier séjour aux Etats-Unis. Ils énoncent une certaine difficulté pour conduire à Los Angeles, de même que pour se garer, mais compensent cette difficulté par une capacité à utiliser les transports en commun, ce qui leur permet d'assister par exemple à un match de Baseball.

Michael

Rencontré sur la passerelle, à Hollywood, cet autrichien de 21 ans voyage avec trois amis ; Ils ont fait un tour de la Californie avec un camping-car mais ont rendu leur véhicule en arrivant à Los Angeles. Il s'agit de leur première fois aux Etats-Unis, et ils semblent avoir une expérience touristique limitée : on peut considérer qu'ils disposent d'un capital spatial moyen.

Sujin

La rencontre avec cette sud-coréenne de 20 ans résidant à Séoul s'effectue sur la passerelle, à Hollywood. Elle voyage seule, et il s'agit de son premier voyage d'envergure : on peut estimer que son capital spatial est plutôt faible. Cela pourrait contribuer à expliquer une appréhension certaine vis-à-vis de l'espace public. L'utilisation des transports en commun (elle n'a pas de voiture) est également problématique (ce n'est pas évident pour elle de se repérer sur les plans) et l'empêche de réaliser certaines pratiques. Aussi, et malgré un capital économique plutôt limité (elle séjourne dans l'auberge de jeunesse sur Hollywood), elle préfère prendre le taxi ou une navette, même pour des courtes distances.

Valentine & Ludovic

L'entretien avec ce couple de français (23 ans, originaires du sud de la France : Montpellier et Avignon) se déroule dans le hall du Motel 6 à Hollywood. Ils vivent depuis 1 an aux USA, sur la côte Est, en Caroline du Nord dans le cadre d'un stage dans une entreprise en chimie qu'il a pu avoir (elle a une formation de libraire). Ils sont habitués au contexte sociétal américain (ils indiquent avoir voyagé un peu partout aux Etats-Unis), à utiliser la voiture quotidiennement, ce qui participe d'un capital spatial important. Ils disposent d'un capital économique confortable, et d'un capital culturel important.

Jan

Ce touriste, interviewé sur la passerelle à Hollywood, a 25 ans, vient d'Amsterdam et fait un tour de la Californie avec deux amis. Ils avaient pour cela loué un van mais l'ont rendu à leur arrivée à Los Angeles : ils savent exploiter pleinement l'urbanité métropolitaine de Los Angeles et utiliser les transports en commun. Ils ont choisi un hôtel à Downtown (en raison d'un capital économique plutôt limité) et savent valoriser ce placement. Leurs diverses expériences touristiques et leurs pratiques importantes des métropoles européennes notamment composent un capital spatial que l'on peut considérer comme élevé.

Al Saad

Ce (20 ans), originaire d'Arabie Saoudite mais vivant à Oklahoma pour ses études, voyage avec deux amis. Séjournant au Motel 6, il pratique Los Angeles spécialement pour voir jouer le Real de Madrid, même s'il en profite pour aller à Universal Studio et à Santa Monica pour la plage. Il n'a pas de voiture, mais se déplace facilement en transports en commun à Los Angeles : il dispose d'un capital économique confortable, et est familier des lieux autres (il indique par exemple être allé à Dallas, en Floride, à Hong Kong, en Malaisie, en Egypte et dans de nombreux pays arabes).

Keredin

Résidant en France, à Saint-Raphaël, ce touriste de 26 ans est chef d'une petite entreprise. Il voyage avec plusieurs membres de sa famille (il a peu participé à l'organisation du séjour) et loge au Motel 6 d'Hollywood, où l'entretien se déroule. Son expérience en terme de pratiques touristiques est peu importante (ce premier voyage aux Etats-Unis étant un projet dont il rêvait depuis longtemps) et une pratique des métropoles limitées (il n'a pas l'habitude de prendre les transports en commun). Il est toutefois allé en Angleterre, où il a conduit : par rapport à cette expérience, il indique que ce n'est pas compliqué pour lui de se déplacer en voiture à Los Angeles, même s'il faut prendre en compte des normes particulières. Il indique se sentir moins à l'aise qu'à New York et exprime une appréhension certaine par rapport à Los Angeles. Il ne sait pas vraiment ce qu'il y a à faire et ses pratiques sont centrées sur le walk of fame, utilisant un van touristique pour avoir une idée des « beaux quartiers ».

Gilles et Françoise (famille de québécois)

L'entretien avec ce couple d'une quarantaine d'années, résidant à Montréal et voyageant avec leurs deux jeunes enfants se passe sur le stand du circuit touristique qu'ils s'apprêtent à effectuer. S'ils n'ont pas de difficultés particulières pour circuler en voiture à Los Angeles (leurs placements périphériques en attestent) ils justifient cette pratique par son confort supplémentaire pour découvrir la ville en tant que paysage. L'habitude aux métropoles nord-américaines leur autorise une pratique aisée de Los Angeles, même si leur expérience en terme d'altérité ne semble pas très importante (on peut considérer qu'ils disposent d'un capital spatial moyen). Leurs pratiques s'appuient de façon très importante sur Tripadvisor.

Paul-Henri

Ce jeune (21 ans) parisien d'origine, arrive de Montréal, va en Nouvelle-Zélande rejoindre son amie avant de retourner à Sydney où il étudie. Plutôt que d'attendre sa correspondance 10h à l'aéroport, il opte de façon imprévue, juste après l'atterrissage, pour un circuit dans un bus touristique (je l'aborde sur la passerelle à Hollywood, qui constitue la première étape du circuit). S'il s'agit de son premier séjour aux Etats-Unis, son expérience déjà (malgré son âge) importante en terme de lieux autres, font partie d'un capital spatial élevé, qui lui permet d'effectuer un arbitrage en faveur d'une pratique qu'il déconsidérerait dans d'autres situations. Il n'a aucune appréhension par rapport à l'altérité ou à l'espace public. Il dispose de capitaux économiques et culturels relativement importants.

Scott

Rencontré au détour d'une rue à Chicago (l'entretien se déroulant dans le hall de son hôtel) cet australien de 30 ans, résidant à Brisbane, n'en est pas à son premier séjour aux Etats-Unis. S'il dispose d'un capital économique moyen, son capital spatial est lui très élevé, en raison de sa pratique d'un très grand nombre de lieux à travers le monde, et d'une expérience des métropoles importante. Ce n'est pas un problème de conduire aux Etats-Unis, même si la conduite est inversée par rapport à l'Australie (son projet consistait d'ailleurs à traverser les Etats-Unis par la route 66).

Angie

L'entretien avec cette canadienne se déroule sur la passerelle, à Hollywood. La trentaine, résidant dans une petite ville à 2h de Toronto, elle voyage avec deux amies. Le principal motif de son séjour est Disneyland, où elle compte passer deux jours. Habituee au contexte des métropoles nord-américaines – elle indique que c'est plus simple pour elle de conduire à Los Angeles qu'à Toronto – elle ne semble pas avoir une expérience touristique très importante : on peut considérer qu'elle a un capital spatial moyen.

Tim

L'entretien avec ce touriste de 43 ans, se déroule sur la passerelle, à Hollywood. Il réside à Canberra (Australie) et passe deux jours à Los Angeles avec son compagnon, avec qui il est allé skier au Colorado pendant une dizaine de jours. Le but de son séjour n'est pas de découvrir Los Angeles mais de se reposer avant de repartir chez lui. Il dispose d'un capital spatial plutôt élevé, il semble avoir l'habitude de voyager et d'un capital économique élevé (il travaille dans le secteur des assurances), qui lui permet un placement à West Hollywood, en adéquation avec son projet récréatif, mais également l'utilisation du taxi pour gérer les distances, même s'il indique que sa pratique de Los Angeles, à son compagnon et à lui, sera très limitée.

Danny

Ce touriste réside à Melbourne, a 22 ans et voyage avec deux amis. Si son séjour à Los Angeles a duré deux semaines, il est resté essentiellement à Santa Monica (où est son hôtel) : il visite Hollywood le dernier jour de son séjour (l'entretien se déroule d'ailleurs sur la passerelle). Cela correspond à un projet touristique et non à une appréhension de l'espace urbain. On peut en effet estimer qu'il dispose d'un capital spatial élevé : il indique avoir fait un tour du monde depuis plus d'un an. Et s'il n'a pas de voiture (pour des raisons financières), l'utilisation des transports en commun ne lui pose pas de problème.

Edward

Cet écossais, de Glasgow, a la trentaine et voyage avec sa compagne. Son placement à Redondo Beach témoigne à la fois d'un capital économique confortable (il n'hésite pas à prendre le taxi) et d'un capital spatial important : c'est la deuxième fois qu'il habite Los Angeles, il est allé à New York juste avant (il est donc habitué à la culture américaine) et dans un certain nombre de métropoles en Europe.

Kerry

L'entretien avec ce sud-africain (il réside à Johannesburg) de 23 ans qui voyage seul se déroule sur la passerelle, à Hollywood. C'est un « backpacker » qui profite de ses vacances d'été pour faire un tour des Etats-Unis. S'il dispose d'un budget restreint (raison pour laquelle il n'a pas de voiture et a choisi l'auberge de jeunesse de Santa Monica comme placement) il a un capital spatial élevé qui lui permet d'utiliser de façon efficiente les transports en commun, et d'utiliser ce mode (alors qu'il a l'habitude de conduire au quotidien) pour aller à Disneyland, en traversant toute l'agglomération. Il n'a aucune appréhension de l'espace public et de l'altérité du lieu : Los Angeles est un contexte beaucoup plus sûr que ce qu'il connaît à *Jo'burg*. Il profite de son placement balnéaire pour faire du surf.

Danny

Cet australien de 27 ans réside à Perth. Il dispose d'un capital spatial élevé : il indique avoir passé deux mois en Asie l'année précédente et est habitué aux métropoles américaines puisqu'il s'agit de son troisième séjour à Los Angeles (il était juste avant à New York). L'étalement urbain n'est pas un obstacle pour lui, il considère d'ailleurs Perth moins dense que Los Angeles. S'il utilise le bus touristique, c'est parce qu'il le considère comme le moyen le plus facile pour gérer les distances, la circulation trop importante étant la raison pour laquelle il n'a pas de voiture (la conduite inversée étant probablement un autre élément intervenant dans cet arbitrage).

Ken

Danois de 40 ans, ce consultant sportif séjourne pour la 4ème fois à Los Angeles. Il reste trois mois aux Etats-Unis (Miami, Orlando, Charleston, New York) et a l'habitude de voyager en Europe et à travers le monde : on peut estimer son capital spatial élevé, et son capital économique confortable. S'il effectue un tour en van touristique (pour son père qui l'accompagne) alors qu'il dispose d'une voiture, c'est pour s'accorder un peu de repos après les nombreux kilomètres parcourus lors de leur traversée de la Californie.

Samantha

Cette touriste de 25 ans réside à Las Vegas et est à Los Angeles avec deux amies le temps d'un week-end. Si elle est déjà venue plusieurs fois à LA, c'est sa première visite du *walk of fame*. Habitée aux week-ends dans les métropoles américaines, l'utilisation du van touristique (l'entretien se déroule sur le stand) alors qu'elle a une voiture, n'a pas un objectif utilitaire mais s'apparente pleinement à une pratique de divertissement.

Chris

Ce touriste Néo-Zélandais (Queenstown) de 40 ans dispose d'un capital spatial élevé, dû à l'accumulation de nombreuses expériences touristiques, et à une familiarité au contexte culturel américain et aux métropoles : il a déjà séjourné « 4 à 6 fois » à Los Angeles (dont un séjour de près d'un mois). Il s'agit par contre du premier séjour pour la femme avec qui il voyage : aussi, s'il a une voiture et indique ne pas avoir de difficulté pour circuler avec, (son placement à Marina del Rey n'est pas dépendant de la question de l'accessibilité aux autres lieux touristiques, mais répond à une envie d'être près de la plage), il utilise un van touristique, qu'il considère être le moyen le plus agréable pour découvrir Beverly Hills, et a prévu de retourner à Universal Studio.

Silvia et Hector

L'entretien avec ces deux angelinos, la trentaine et originaires du Mexique, se déroule au niveau du stand pour le circuit touristique, une pratique qu'ils effectuent pour accompagner un cousin de Mexico, qu'ils accueillent quelques jours pour les vacances. S'ils vivent depuis 8 ans à Anaheim (sud de l'agglomération), ils viennent très rarement dans le Westside (une seule fois à Venice Beach et la dernière fois à Hollywood deux ans auparavant, « parce qu'il y a trop de circulation »).

Luis

Ce touriste de 40 ans est d'origine mexicaine et réside « dans une petite ville » du Texas. Il est à Los Angeles avec sa famille, principalement pour Disneyland : cela justifie son placement à Anaheim. Il réalise une excursion sur le walk of fame, à Hollywood, où se réalise l'entretien, alors qu'il attend le départ de son tour en van touristique. On peut avancer que ce touriste dispose d'un capital spatial faible, avec peu d'expériences touristiques (que l'on peut deviner par exemple par la difficulté qu'il a à utiliser un guide touristique « it's not easy to follow the guidebook »), et qu'il n'a pas l'habitude de pratiquer les métropoles. Cela participe à expliquer pourquoi il achète un circuit dans un van touristique (l'entretien s'effectue sur le stand) alors qu'il dispose d'une voiture.

François

Résidant à Genève, ce touriste de 50 ans voyage en famille. Il est en Californie spécifiquement pour faire le marathon de San Francisco. Il dispose d'un capital spatial assez important et a l'habitude de pratiquer les métropoles dans le monde pour cette pratique sportive. S'il a une voiture, il fait cependant un circuit dans un van touristique (« parce qu'il faudrait connaître les endroits précis à visiter », et pour avoir « l'histoire des célébrités »), une pratique qui n'était pas prévue.

Susie

Cette touriste, la trentaine, vient de l'état de Géorgie et voyage avec trois amis ; ils sont hébergés dans le Orange County chez une connaissance. Si c'est la deuxième fois qu'elle pratique Los Angeles, elle n'a pas l'habitude de faire des expériences touristiques. Elle dispose d'une voiture mais effectue un tour à Los Angeles, parce que c'est le moyen le plus « efficient » pour découvrir les maisons des célébrités et parce qu'il y a beaucoup de trafic.

George

Cet américain de 40 ans, réside dans l'état de Washington (l'état), à proximité d'une banlieue industrielle. Il ne semble pas avoir l'habitude de pratiquer des lieux autres ou d'avoir des expériences touristiques : on peut considérer son capital spatial comme faible. Il n'a que quelques jours de congés (raison pour laquelle il ne reste qu'une journée à Los Angeles, le temps de voir Hollywood) et en profite pour voyager avec sa compagne. S'il a une voiture, il ne veut cependant pas conduire à Los Angeles : il indique explicitement que c'est compliqué de conduire dans cette métropole. Le niveau d'urbanité de cette dernière, beaucoup plus important que ce dont il est habitué au quotidien, provoque cette altérité. Aussi, il laisse sa voiture à l'hôtel, situé à Venice, et prend le bus (une ligne régulière) puis un van touristique (l'entretien se déroule au niveau du stand), qui représente le moyen le plus efficace et le plus rapide pour découvrir les maisons des célébrités.

Emeline

Cette touriste d'origine mexicaine a une cinquantaine d'années et réside dans le nord de l'Arizona. Elle voyage avec certains membres de sa famille et vient rendre visite à l'un de ses fils qui réside à Irvine (Orange County). Son capital spatial est faible : elle semble avoir très peu l'habitude de voyager et est habituée à un espace infra urbain, rural. Elle a une appréhension certaine par rapport à la métropole et s'ils ont une voiture, ils choisissent pourtant de payer un opérateur pour faire un tour dans un van touristique.

Gil et Nathia

Ces deux jeunes (25 ans) touristes viennent d'Amsterdam, où ils font des études pour devenir dentistes. Pour voyager, ils ont choisi un *package* « tout compris », selon une formule qu'ils ont déjà testée l'année précédente à Miami. Leur capital spatial est plutôt important, et ils ont une certaine familiarité avec le contexte américain. S'ils passent 5 jours à San Diego et 10 jours à Hawaï, ils n'ont prévu de ne rester qu'une journée à Los Angeles, où ils ne viennent que pour le Hollywood Sign (ils ne semblent pas savoir qu'il y a des plages à Los Angeles). Par rapport à cette faible durée du séjour, ils optent pour faire un tour avec un van touristique même s'ils ont une voiture.

Elise

Il s'agit d'une touriste française (originaire de Normandie) de 26 ans. Si ce n'est pas sa première pratique touristique, c'est la première fois qu'elle voyage réellement seule. Dotée d'un capital culturel élevé (elle pratique beaucoup les musées), d'un capital économique moyen (elle se loge dans des auberges de jeunesse), elle dispose d'un capital spatial élevé, avec une expérience notamment de nombreuses métropoles américaines. Elle a loué une voiture mais n'est pas habituée à autant de circulation : ce n'est pas un contexte confortable pour elle, elle préfère des métropoles plus compactes, où les métrô-métriques et les métriques pédestres sont plus importantes, comme San Francisco.

Carnet photographique

Une restitution des observations de terrain



Los Angeles, une aire urbaine comprenant 171 municipalités, dont celles de Los Angeles et de West Hollywood.





Une partie de l'agglomération (Downtown LA au fond à gauche), vue depuis Griffith Park.



Le Griffith Observatory, au sommet du Griffith Park.



Sunset Avenue (en haut) et Wilshire Boulevard (en bas).





Le Getty Center, un « campus culturel »





Rodeo Drive (Beverly Hills) et ses boutiques de luxe.



Formelles ou non, certaines règles sont ostensiblement visibles dans l'espace commun.



Trois photographies du Los Angeles County Museum of Art.





Downtown Los Angeles (vu de l'Est)





Deux rues de Downtown Los Angeles





D'autres rues de Downtown Los Angeles (ci-dessous, lors d'un tournage).





La mairie de Los Angeles en reflet dans le bâtiment du LAPD.



La mairie de Los Angeles, cette fois-ci depuis Grand Park, inauguré en 2013.



Union Station, la gare ferroviaire de Los Angeles



Le Walt Disney Concert Hall, salle de concert (dessinée par Frank Gehry) à Downtown

Le Staples Center, avec en face le complexe « Nokia Live », au sud de Downtown LA.





Universal Studios





Préparatifs (ci-dessous) et cérémonie (en haut) pour l'inauguration d'une nouvelle étoile sur le *walk of fame*.



Les touristes peuvent faire une photographie avec une étoile à leur nom.



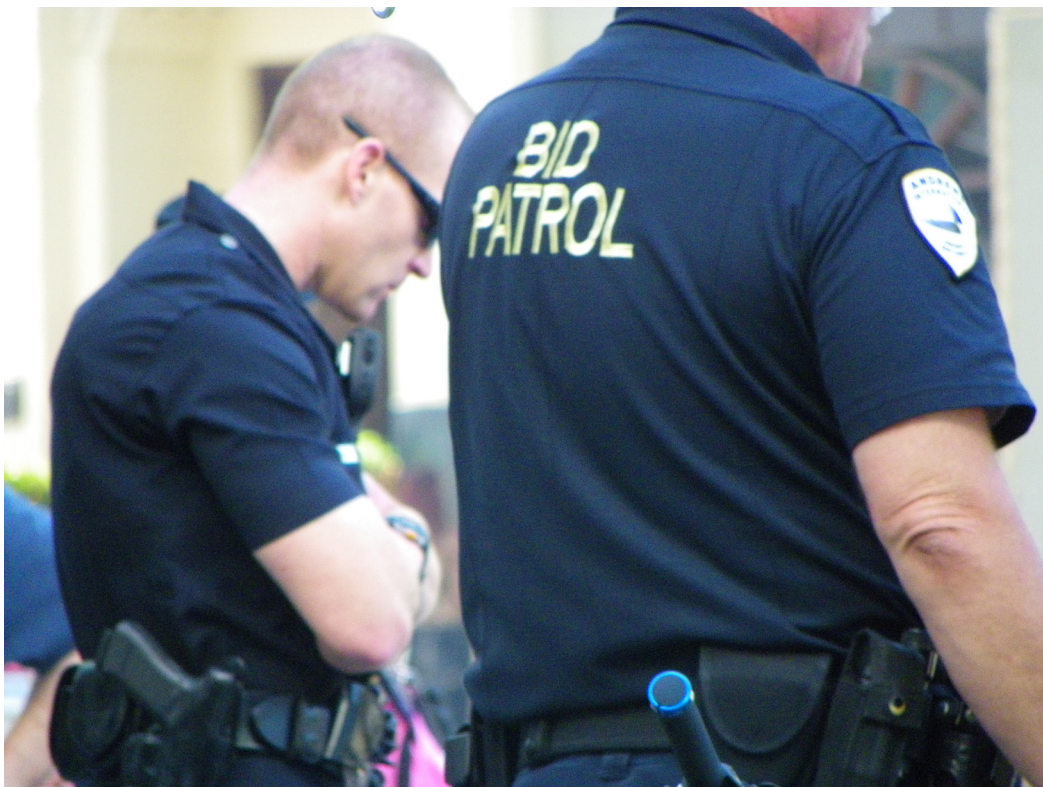
Une des nombreuses compagnies de van touristique, opérant uniquement sur le *walk of fame*.



Les touristes peuvent également tenter de localiser par eux-mêmes les maisons des célébrités avec les cartes vendues dans les distributeurs (sur le *walk of fame*).



Equipes privées du « Hollywood Entertainment District » pour le nettoyage (en haut) et la sécurité (ci-dessous) du *walk of fame*.





Scènes quotidiennes sur le *walk of fame*, au niveau du *Chinese Theatre*.





Le Chinese Theatre.



Avant-première d'un film au Chinese Theatre.



Hollywood Boulevard, au niveau du *walk of fame*.





La « passerelle », lieu de réalisation d'un certain nombre d'entretiens pour cette enquête.



Mexican shutdown photographique avec des touristes américains sur la passerelle.



Le Mall (depuis « la passerelle »), au cœur du *walk of fame*.



Hollywood, lieu majeur de la vie nocturne à Los Angeles (ici un théâtre).



Le walk of fame vu d'en haut.



Mise en scène cinématographique touristifiée de la station de métro Hollywood/Vine.



Le *pier* de Santa Monica.



Une patrouille de la police de Santa Monica.



Délimitation spatiale entre deux pratiques sportives sur la plage de Santa Monica.



La location de vélos pour une promenade le long du littoral est une pratique fréquente de la part des touristes.



Aperçus de la configuration urbaine à Long Beach.





Le littoral de Long Beach.





Disneyland (Anaheim)





Watts Tower (South Central)



Chiat Day Building (Venice Beach)



Le restaurant du LAX, l'aéroport international de Los Angeles

Table des Illustrations

Illustration n°1 : Nombre des nuitées des métropoles européennes en 2004.....	29
Illustration n°2 : Les routes du Grand Tour.....	34
Illustration n°3 : Schéma des lieux touristiques de la métropole parisienne	48
Illustration n°4 : Les gradients et les degrés d'urbanité	71
Illustration n°5 : Une trace du phénomène urbain à l'échelle mondiale	71
Illustration n°6 : Continuum de l'urbanité (relative) des métropoles.....	73
Illustration n°7 : Les multiples dispositions spatiales d'une même densité	80
Illustration n°8 : Correspondance entre gradients d'urbanité et métriques	83
Illustration n°9 : Global Network Connectivity.....	94
Illustration n°10 : Atlas of Hinterworld de Los Angeles	94
Illustration n°11 : Atlas of Hinterworld de New York	Erreur ! Signet non défini.
Illustration n°12 : Densité de population dans le Comté de Los Angeles.....	99
Illustration n°13 : Croissance spatiale de l'agglomération de Los Angeles entre 1850 et 1933.....	100
Illustration n°14 : Comparaison de la superficie de certaines municipalités états-uniennes.....	101
Illustration n°15 : Le maillage municipal du Comté de Los Angeles	102
Illustration n°16 : Répartition spatiale des principales ethnies à Los Angeles	105
Illustration n°17 : Schéma de l'urbanisme postmoderne	106
Illustration n° 18 : Carte mentale de Los Angeles d'un groupe de résidents d'une « black inner-city ».....	108
Illustration n° 19 : Carte mentale de Los Angeles d'un groupe de résidents de Westwood	108
Illustration n°20 : Le réseau des <i>freeways</i> à Los Angeles.....	110
Illustration n°21 : Proportion des foyers des métropoles américaines n'ayant pas de véhicules ..	112
Illustration n°22 : Schéma des réseaux des métros des principales agglomérations des Etats-Unis	114
Illustration n° 23 : L'inscription spatiale de la limite administrative entre Beverly Hills et Los Angeles.....	117
Illustration n°24 : Les lieux des photographies de Los Angeles sur Flickr.....	125
Illustration n°25 : Concentration des emplois de l'industrie du logement à Los Angeles	127
Illustration n°25 : L'Arcadia hôtel et ses « montagnes russes » en 1888	130
Illustration n°26 : Alderaban Canal en 1912	130
Illustration n°27 : Un jour d'affluence à Santa Monica/Venice Beach en 1922	131
Illustration n°28 : L'installation d'un palmier entre 5th Street et de Central Avenue en 1889.....	
Illustration n°29 : Localisation des <i>Convention and Visitors Bureau</i> à Los Angeles	139
Illustration n°30 : Carte des lieux qu'un utilisateur de tripadvisor indique avoir visité.....	154
Illustration n°31 : La touristicité des quartiers de Los Angeles selon trois guides.....	165
Illustration n°32 : Carte du parcours du <i>Rough Guide</i> pour deux jours à Los Angeles	168
Illustration n°33 : Carte du parcours du <i>Rough Guide</i> pour quatre jours à Los Angeles	169
Illustration n°34 : Profil spatial du séjour de Tim	173
Illustration n°35 : Profil spatial du séjour de Jérôme	175
Illustration n°36 : Profil spatial du séjour de Sujin.....	176
Illustration n°37 : Profil spatial du séjour de Keredin	177
Illustration n°38 : Profil spatial du séjour de Cathy	179
Illustration n°39 : Profil spatial du séjour de Kerry	179
Illustration n°40 : Profil spatial du séjour de Al Saad	180
Illustration n°41 : Profil spatial du séjour de Jan.....	181
Illustration n°42 : Profil spatial du séjour de Marc et Amélie	182
Illustration n°43 : Profil spatial du séjour d'Almorena et Alberto.....	183
Illustration n°44 : Profil spatial du séjour de Valentine et Ludovic	184
Illustration n°45 : Profil spatial du séjour de Swdke.....	185
Illustration n°46 : Profil spatial du séjour de Vigay	186

Illustration n°47 : Profil spatial du séjour de Elise.....	187
Illustration n°48 : Profil spatial du séjour de Scott.....	188
Illustration n°49 : Les quartiers touristiques de Los Angeles selon le <i>Lonely Planet</i>	194
Illustration n°50 : Les limites du district administratif d'Hollywood.....	197
Illustration n° 51 : Le plan d'Hollywood dans le <i>Rough Guide</i>	197
Illustration n°52 : Les limites du <i>Hollywood Entertainment District</i>	Erreur ! Signet non défini.
Illustration n°53 : Vue aérienne du <i>walk of fame</i> au niveau de Vine.....	Erreur ! Signet non défini.
Illustration n°54 : Un touriste posant à côté d'une étoile.....	208
Illustration n°55 : Santa Monica, une municipalité du comté de Los Angeles	212
Illustration n°56 : Les quartiers touristiques de Los Angeles par le <i>Time Out</i> et le <i>Rough Guide</i>	217
Illustration n°57 : Les plans de Santa Monica et Venice dans le <i>Rough Guide</i>	219
Illustration n°58 : Localisation et taille des infrastructures d'hébergement à Los Angeles	240
Illustration n°59 : Le réseau des <i>freeways</i> à Los Angeles.....	259
Illustration n°60 : Réseau des transports en commun (bus et métro) de Los Angeles	262
Illustration n°61 : Plan des lignes de métro de Los Angeles	263
Illustration n°62 : Parcours des bus touristiques de la compagnie <i>Starline</i>	286
Illustration n°63 : Plan des zones d'attentes des bus touristiques à Beverly Hills.....	287
Illustration n°64 : Un van touristique devant la maison de Michael Jackson en 2012.....	295

Index des tableaux

Tableau n°1 : La dimension touristique des 36 plus grandes agglomérations françaises en 2007 .	27
Tableau n°2: Estimations de la capacité d'accueil de quelques métropoles à travers le Monde. ..	31
Tableau n°3 : Typologie des lieux spécialisés dans le tourisme aux Etats-Unis d'Amérique.....	45
Tableau n° 4 : Extrait de la typologie des lieux touristiques	46
Tableau n°5 : Une proposition de définition de « métropole touristique »	50
Tableau n°6 : L'hypothèse d'un critère supplémentaire pour la typologie des lieux touristiques.	51
Tableau n°7 : Un code géographique des pratiques.	58
Tableau n°8 : Les « modèles métropolitains ».....	72
Tableau n°9 : La contribution du touristique aux modèles d'urbanité.....	76
Tableau n°10 : Comparaison de la superficie de différentes agglomérations du monde	78
Tableau n°11 : Comparaison de la densité de différentes agglomérations du monde.....	79
Tableau n°12 : Evolution des fondements économiques de Los Angeles (nombre d'emplois).....	95
Tableau n°13 : Principaux secteurs d'activité du comté de Los Angeles en 2007	96
Tableau n°14 : Highest and Lowest Per-Capita GDP, 200 largest Metropolitan Economies, 2011	97
Tableau n°15 : Un classement possible de la densité démographique des agglomérations états- uniennes	98
Tableau n° 16 : Evolution de la composition ethnique de “Los Angeles” (en %).....	104
Tableau n°17 : Profil des foyers n'ayant aucun véhicule dans quelques métropoles américaines	112
Tableau n°18 : Quelques indicateurs pour esquisser les différents modes de vie métropolitains	115
Tableau n°19 : Los Angeles à l'épreuve des modèles d'urbanité	118
Tableau n°20 : Nombre et proportion des différents types d'« Overnight Visitors »	121
Tableau n°21 : Los Angeles Top 10 Non-Local Domestic Markets.....	121
Tableau n°22 : « Los Angeles Top International Markets ».....	123
Tableau n°23 : Profil des individus correspondant aux principaux entretiens utilisés.....	150

Table des photographies

Photographie n°1 : Les limites administratives spatialement observables par un changement de toponyme	103
Photographie n°2 : Le hall d'hôtel du Motel 6 à Hollywood	147
Photographies n°4, n°5 et n°6 : Touristes sur le <i>walk of fame</i>	204
Photographie n° 7 : Touriste posant avec un « comédien »	208
Photographie n°9 : Une patrouille de la police de Santa Monica sur la plage.....	214
Photographie n°10 : La <i>Third Street Promenade</i>	220
Photographie n°11 : Le <i>Pier</i> de Santa Monica.....	222
Photographie n°12 : Le front de mer de Santa Monica vu depuis le <i>Pier</i>	222
Photographie n°13 : Photographie postée par Joseph sur sa page facebook	225
Photographie n°14 : La promenade entre Santa Monica et Venice Beach.....	230
Photographie n°15 : L' <i>Ocean Front Walk</i> au niveau de Venice Beach	230
Photographie n°16 : Les canaux de Venice.....	230
Photographie n°17 : Le <i>Georgian Hotel</i>	246
Photographie n°18 : L'emplacement « fortifié » d'une compagnie	285
Photographie n°19 : Un bus touristique en instance de départ sur le Walk of Fame	288
Photographie n°20 : Paul-Henri lors de l'entretien sur la passerelle.....	292
Photographie n°21 : Les vendeurs d'une compagnie de tours à Hollywood / Vine	296
Photographie n°22 : Le signe Hollywood vu depuis un tour en <i>vzn</i>	298